SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BPRS METRO MADANI DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM

Oleh:

ARDI IMAM SAPUTRA
NPM. 13102334

Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas: Ekonomi Dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO LAMPUNG
1440 H/2019 M

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BPRS METRO MADANI DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E)

Oleh

ARDI IMAM SAPUTRA

NPM. 13102334

Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Pembimbing I : Drs. H. Musnad Rozin, MH.

Pembimbing II : Hermanita, MM.

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO LAMPUNG

1440 H/ 2018 M

PERSETUJUAN

Judul Skripsi	: ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BPRS METRO MADANI DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM
Nama	: Ardi Imam Saputra
NPM	: 13102334
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: Ekonomi Syariah (ESy)

Telah kami setujui untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Januari 2019

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs. Musnad Rozin, MH	**Hermanita, MM.**
NIP. 19540507 198603 1 002	NIP. 19730220 199903 2 001

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN METRO
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI
No. 0229/ In.28.3/D/PP.00.9/01/2019

Skripsi dengan Judul: ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BPRS METRO MADANI DI TINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM, disusun Oleh: Ardi Imam Saputra, NPM: 13102334, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqasyah, Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Jum`at, 11 Januari 2019.

TIM MUNAQASYAH:

Ketua/Moderator	: Drs. Musnad Rozin, MH	(.....)
Penguji I	: Suci Hayati, S.Ag, MSI	(.....)
Penguji II	: Hermanita, S.E.M.M.	(.....)
Seketaris	: Roza Zelvia, M.Si	(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Widniya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BPRS METRO MADANI DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM

Oleh:

ARDI IMAM SAPUTRA

Dewasa ini perkembangan ekonomi global semakin pesat yang di ikuti dengan perkembangan kebutuhan konsumen yang semakin bertambah banyak, baik dalam jumlah maupun jenisnya. Hal ini mendorong perusahaan-perusahaan bank syariah bermunculan saling berpacu agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen dengan cara menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk mendapatkan konsumen maka setiap perusahaan pasti memiliki strategi bauran pemasaran dengan baik agar mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan bank syariahlainya. Dalam menerapkan strategi bauran pemasaran untuk menghasilkan konsumen tak lupa harus memperhatikan prinsip ekonomi islam. Jadi tidak hanya keuntungan yang di dapat, namun juga keberkahan.

Pemelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagai mana strategi bauran pemasaran pada BPRS metro madani ditinjau dari prinsip ekonomi islam. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, ada pun sifatnya penelitian ini adalah dek duktif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara di lakukan kepada kariyawan, kepala marketing dan account officer. Observasi dilakukan untuk mengamati strategi bauran pemasaran yang ada di BPRS Metro Madani yang diterapkan. Sedangkan dokumentasi dilakukan sebagai bukti dan informasi terkait BPRS Metro Madani Kota Metro. Data yang terkumpul kemudian di analisis menggunakan cara berfikir induktif.

Hasil penelitian dapat disimpulkan anasisis strategi bauran pemasaran pada BPRS metro madani adalah melalui strategi produk yang di unggulkan, strategi penetapan harga yang di tawarkan, lokasi BPRS, promosi yang di lakukan, SDM yang mumpuni, dan proses yang mudah. Selain itu strategi bauran pemasaran di lakukan pada momen tertentu pada saat ada acara car free day maupun bazar harilibur *(weekend)* pada awal bulan dan akhir bulan. Berdasarkan tinjauan prinsip ekonomi islam terhadap strategi bauran pemasaran pada BPRS Metro Madani dalam praktiknya telah sesuai dengan prinsip ekonomi islam. Seperti prinsip tauhid, prinsip keadilan dan prinsip nubuwah (kenabian).

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ardi Imam Saputra

NPM : 13102334

Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Januari 2019

Penulis

METERAI TEMPEL

3101AADF094492483

6000

Ardi Imam Saputra

NPM. 13102334

MOTTO

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ كُونُواْ قَوَّٰمِينَ لِلَّهِ شُهَدَآءَ بِٱلۡقِسۡطِۖ وَلَا يَجۡرِمَنَّكُمۡ شَنَـَٔانُ قَوۡمٍ عَلَىٰٓ أَلَّا تَعۡدِلُواْۚ ٱعۡدِلُواْ هُوَ أَقۡرَبُ لِلتَّقۡوَىٰۖ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۚ إِنَّ ٱللَّهَ خَبِيرُۢ بِمَا تَعۡمَلُونَ ٨

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu menjadi orang-orang yang selalu menegakkan kebenaran karena Allah, menjadi saksi dengan adil, dan janganlah sekali-kali ke bencianmu terhadap sesuatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adilah, karena adil itu lebih dekat kepada taqwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (QS. Al-Maidah:8).[1]

[1]Q.S. Al-Maidah:8

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur peneliti mengucapkan Alhamdulillahirobil'alamin, atas keberhasilan peneliti dalam menyelesaikan study hasil karya ini peneliti persembahkan kepada :

1. Kedua orangtua ku, Ayahanda Suyahno dan Ibunda Martinem tercinta yang telah memberikan kasih sayang, dorongan moriil maupun imateriil, do'a tulus yang tiada henti-hentinya dan segalanya yang tak mungkin dapat dibalas oleh penulis, yang selalu menjadi pengobar semangat bagi penulis dalam menyelesaikan studi ini, yang selalu menjadi "GURU" terbaik dalam hidup penulis. Semoga ada surga yang kelak menjadi balasan bagi kasih sayang, cinta dan pengorbanan Bapak dan Ibu. Aamin.
2. Adik-Adikku (Sindi dan Robin) yang saya banggakan yang telah memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Teman-teman angkatan 2013 yang telah berjuang bersama dalam suka maupun duka
4. Almamater IAIN Metro.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Program Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar S.E.

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenya penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
3. Ibu RINA EL MAZA, M.S.I, S.H.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Bapak Drs. H. Musnad Rozin. MH, selaku pembimbing I yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga.
5. Bapak Hermanita. MM, selaku pembimbing II yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga.
6. Seluruh Dosen, Kariyawan dan Staf IAIN Metro yaang telah berjasa memberikan ilmunya.

7. Teman-teman Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) angkatan tahun 2013.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada.

Metro, Januari 2019

Penulis

Ardi Imam Saputra

NPM. 13102334

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
HALAMAN ABSRTAK ..... **v**
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN ..... **vi**
HALAMAN MOTTO ..... **vii**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **viii**
KATA PENGANTAR ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**

BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Pertanyaan Penelitian 5
C. Tujuandan Manfaat Penelitian 6
D. Penelitian Relevan 6

BAB II LANDASAN TEORI
A. Pengertian Strategi 11
B. Bauran Pemasaran (marketing mix) 15
C. BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah) 19
D. Prinsip-Prinsip dan Tujuan BPRS 20
E. Ekonomi Islam 23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN
A. Jenis dan Sifat Penelitian 29
B. Sumber Data 30
C. Tekhnik Pengumpulan Data 31
D. Tekhnik Analisis Data 33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi wilayah penelitian 35
   1. Sejarah Singkat BPRS Metro Madani 35
   2. Visi-Misi BPRS Metro Madani 37
   3. Struktur Organisasi BPRS Metro Madani 37
   4. Produk-Produk BPRS Metro Madani 47

B. Strategi bauran pemasan pada BPRS metro madani kota metro 49
   1. Strategi Produc *(Produk)* 49
   2. Strategi Price *(Harga)* 54
   3. Strategi Place *(Tempat)* 55
   4. Strategi Promotion *(promosi)* 56
   5. Strategi People *(Orang Atau Sdm)* 57
   6. Process *(Proses)* 58

C. Analisis strategi bauran pemasaran di tinjau dari prinsip ekonomi islam 59

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 63
B. Saran 64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kartu Formulir Bimbingan Skripsi
2. Surat Keterangan Bimbingan Skripsi
3. Surat Izin Research
4. Surat Tugas Research
5. Surat Balasan Research
6. Out Line
7. APD (Alat Pengumpulan Data)
8. Surat Keterangan Bebas Pustaka
9. Nota Dinas
10. Dokumentasi (foto)
11. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan ekonomi global semakin pesat yang diikuti dengan perkembangan kebutuhan konsumen yang semakin bertambah banyak, baik dalam jumlah maupun jenisnya. Hal ini mendorong perusahaan-perusahaan saling berpacu agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen dengan cara menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan keinginan konsumen. Selain itu dengan melihat adanya peluang usaha dari berbagai macam kebutuhan konsumen, memicu perusahaan-perusahaan baru mengambil posisi untuk ikut serta memuaskan kebutuhan konsumen dengan menyediakan barang atau jasa yang diinginkan oleh masyarakat dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dari produk yang dijual kepada konsumen.

Perkembangan perusahaan-perusahaan yang sudah ada serta bermunculnya perusahaan-perusahaan baru, mengakibatkan terciptanya persaingan sesama perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa yang sejenis semakin ketat. Hal ini tidak hanya terjadi pada beberapa negara, akan tetapi telah menyebar keseluruh negara di dunia secara merata, termasuk Indonesia. Di Indonesia sendiri telah banyak tumbuh perusahaan-perusahaan baik kecil, menengah maupun perusahaan besar. Sehingga diantara perusahaan sejenis terjadi persaingan yang ketat guna

mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Banyaknya persaingan perusahaan, membuat konsumen mempunyai banyak pilihan produk yang ditawarkan oleh prusahaan-perusahaan, sehingga konsumen akan lebih selektif dalam menentukan pilihanya, sehingga memaksakan perusahaan untuk menampilkan produk-produk yang lebih inovatif, kreatif, dan berdaya saing sehingga dapat menarik hati para konsumen. Selain dengan menampilkan produk-produk yang unggul perusahaan harus mampu dalam melakukan pemasaran atas produk yang dibuatnya. Karena sebagus apapun produk yang dihasilkan ketika perusahaan tidak dapat memasarkan produk tersebut maka dapat dipastikan perusahaan tidak dapat bertahan dalam melangsungkan kehidupanya. Dengan kata lain pemasaran adalam penentu hidup dan matinya sebuah perusahaan.

Pemasaran adalah serangkaian aktivitas yang di lakukan perusahaan untuk menstimulasikan permintaan atas produk atau jasanya dan memastikan bahwa produk dijual dan disampaikan kepada para pelanggan.[2] Jasa adalah segala aktifitas atau manfaat yang ditawarkan untuk dijual yang secara esensial tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas apapun.[3] Pada pemasaran jasa pendekatan strategis diarahkan pada kemampuan pemasar menemukan cara untuk "mewujudkan" yang "tidak berwujud", meningkatkan produktivitas penyedia yang tidak terpisah dari produk itu, membuat standar kualitas sehubungan dengan adanya variabilitas, dan mempengaruhi gerakan

[2] Frandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Ttp: Banyumedia Publising, Tt), hlm. 5.
[3] Kotler&Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*,(Jakarta: PT Indeks, 2004), hlm.8

permintaan dan pemasok kapasitas mengingat jasa tidak tahan lama. Secara umum strategi pemasaran jasa diterapkan dalam konteks perusahaan secara keseluruhan, tidak hanya membutuhkan pemasaran eksternal, tetapi juga pemasaran internal untuk memotivasi karyawan dan pemasaran interaktif untuk menciptakan keahlian penyediaan jasa.[4]

Strategi pemasaran adalah salah satu cara yang digunakan untuk membantu perusahaan membuat dan menjual barang dan jasa sesuai dengan kondisi perusahan dan pasar target selera konsumen yang dituju serta rencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal, serta strategi pemasaran mempunyai dua faktor yang terpisah namun berhubungan dengan erat yakni: pasar target atau sasaran serta *marketing mix* (bauran pemasaran, *targeting* (penentuan pasar sasaran), *Branding* (merek), *Positioning* (posisi perusahaan), *rist* pemasaran, pengukuran, dan peramalan.[5]

Pemasaran syariah menurut definisi adalah penerapan suatu disiplin bisinis strategi yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Jadi, pemasaran syariah dijalankan berdasarkan konsep keislaman yang telah di ajarkan Nabi Muhammad Saw. Menurut Hermawan Kartajaya, nilai inti pemasaran syariah adalah intergritas dan transparasi, sehingga *marketing* (pemasar) tidak boleh bohong dan orang membeli karena butuh dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, bukan karena diskon atau iming-iming

---

[4] Ratih huriyanti, *bauran pemasaran dan loyalitas konsumen,* (Bandung: cv alfabeta, 2005), hlm. 47.

[5] Pandji Anoraga, *manajemen bisnis,*(Jakarta: PT. Asdi Mahayatsa, 2004), hlm. 230.

hadiah belaka.[6] Adapun " promosi dalam sistem ekonomi syariah yaitu perlu memperhatikan nilai-nilai kejujuran dan menjauhi penipuan, media atau sasaran dan metode yang di gunakan harus sesuai dengan yang diperbolehkan oleh Islam.[7] Sehingga dengan menggunakan strategi telah direncanakan dan sesuai dengan syariat islam diharapkan dapat berperan dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan yang akan berimplikasi pada tingkat pendapatan perusahaan.

Bauran pemasaran merupakan untuk keberhasilan suatu perurashaan berdasarkan keahlian dalam pengendalian strategi pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaran mempunyai perangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan dengan *marketing mix* (bauran pemasaran).

Marketing mix atau yang sering disebut bauran pemasaran terdiri dari 6P yakni sebagai berikut:

1. *product* (barang atau jasa), yakni barang atau jasa bermutu baik sesuai kebutuhan konsumen.
2. *Promotion* (promosi), adalah usaha agar barang atau jasa di kenal konsumen.
3. *Price* (harga), yakni nilai ukuran pertukaran yang kompetitif.
4. *Place* (tempat), yakni adanya unsur pindah tempat dari tempat produsen ke tempat konsumen atau saluran distribusi yang efektif.

---

[6] Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar pemasaran bank syariah, (*Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 20.

[7] Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Jakarta: Grasindo, 2007), hlm. 68.

5. *people*(orang atau SDM) : adalah tipe kualitas atau kuantitas SDM yang akan terlibat dalam pemberian jasa.
6. *process* (proses) : adalah bagian proses dalam oprasi tersebut.

Berdasarkan hasil survey penelitian di lapangan, terlihat bahwa strategi bauran pemasaran dalam BPRS Metro Madani Kota Metro masih menggunakan strategi bauran pemasaran terdiri dari 6P. Tetapi dengan menggunakan strategi bauran pemasaran dengan 6P tersebut bahwa BPRS Metro Madani Kota Metro dapat berjalan dengan baik. Karena nasabah yang di hasilkan di setiap tahunya bertambah.[8]

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka peneliti tertarik untuk memilih judul :**"ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BPRS METRO MADANI DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM"**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah sebagaimana diuraikan di atas, dapat dirumuskan masalah peneliti sebagai berikut:

Bagaimana "*Strategi Bauran Pemasaran Pada BPRS Metro Madani Di Tinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam ?"*

[8] Wawancara Ibu Rita Mailinda, *Kepala Marketing* PT. BPRS Metro Madani Kota Metro.

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah : Untuk mengetahui"*Strategi Bauran Pemasaran Pada BPRS Metro Madani Ditinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam"*

Adapun kegunaan dari penelitian ini, diharapkan dapat berguna atau bermanfaat baik secara praktis maupun teoritis. Yang di harapkanm dalam penelitian ini adalah:

b. Manfaat Penelitian Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu wawasan bagi peneliti dan menambah kepustakaan dalam *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada BPRS Metro Madani Ditinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam*.

c. Manfaat Penelitian Praktis

Penelitian ini di harapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi dalam bidang strategi bauran pemasaran yang sesuai dengan ekonomi islam bagi BPRS Metro Madani khususnya dan masyarakat pada umumnya.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang akan dikaji. Terdapat beberapa penelitian yang berhubungan dengan permasalahan

yang diangkat dalam pembahasan atau topik penelitian ini. Oleh karena itu didalam kajian ini dipaparkan tentang penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini. Berikut ini akan disajikan beberapa kutipan hasil penelitian yang lalu terkait diantaranya:

a. Hasil peneliti yang di lakukan Fina Mustika yang berjudul *" Strategi Pemasaran Produk Ijarah Pada BMT L-RISMA Kota Metro".*[9] Dalam penelitian ini yang diteliti oleh peneliti dan menjadi fokus penelitian adalah mengenai strategi pemasaran produk ijarah pada BMT L-RISMA Kota Metro. Penelitian Fina Mustika memiliki kesamaan dalam strategi pemasaran. Namun terdapat perbedaan pengkajian dengan penulis, yaitu"*Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada BPRS Metro Madani Ditinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam"*

   Perbedaan dapat di lihat dari kajian yang diteliti, dimana peneliti mengkaji mengenai"*Strategi Bauran Pemasaran Pada BPRS Metro Madani Ditinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam"*Sementara kajian pada penelitian Fina Mustika adalah Strategi Pemasaran Produk Ijarah Pada BMT L-RISMA kota metro. Hasil penelitian dari Fina Mustika bahwasanya dalam strategi pemesaran produk ijarah pada BMT L-RISMA sudah maksimal. Strategi yang diterapkan yaitu dengan menjalin komunikasi dengan baik kepada nasabah, kemudian

[9] Fina Mustika, *"Strategi Pemasaran Produk Ijarah Pada BMT L-RISMA Kota Metro".*Skripsi Tahun 2014

dengan cara pendekatan emosional, serta memberikan bonus atau hadiah kepada nasabah yang melakuan pinjaman.

b. Hasil peneliti yang di lakukan Dedi Jefri Setiawan yang berjudul "*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Tabungan Walimah Di PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Metro Madani Kantor Cabang Tulang Bawang Barat"*.[10] Dalam penelitian ini yang diteliti oleh peneliti dan menjadi fokus penelitian adalah mengenai Strategi Pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah terhadap tabungan walimah di PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Metro Madani cabang Tulang Bawang Barat. Penelitian Dedi Jefri Setiawan memiliki kesamaan dalam strategi pemasaran. Namun terdapat perbedaan pengkajian dengan penulis, yaitu *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada BPRS Metro Madani Ditinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam*.

Perbedaan dapat di lihat dari kajian yang diteliti, dimana peneliti mengkaji mengenai *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada BPRS Metro Madani Ditinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam*. Sementara kajian pada penelitian Dedi Jefri Setiawan adalah Strategi Pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah terhadap tabungan walimah di PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Metro Madani kantor cabang Tulang Bawang Barat. Hasil penelitian dari Dedi Jefri Setiawan disimpulkan bahwa Strategi Pemasaran dalam

[10] Dedi Jefri Setiawan, "*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabahterhadap Tabungan Walimah Di PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Metro Madani Kantor Cabang Tulang Bawang Barat"*. Skripsi Tahun 2014

meningkatkan minat nasabah terhadap tabungan walimah di PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Metro Madani kantor cabang Tulang Bawang Barat ada dua. Pertaman pemasaran yang berbasis hubungan yaitu bagaimana bank melakukan pendekatan kepada nasabah langsung, yang ke dua penyebaran brosur yaitu untuk mengenalkan kepada calon nasabah tentang produk tabungan walimah dengan menampilkan kata-kata yang dapat menarik minat para calon nasabah sehingga nasabah tersebut tertarik untuk memilih produk tabungan walimah. Ternyata kurang populer di kalangan masyarakat. Karena hanya sebagian masyarakat yang mengetahui tentang tabungan walimah.

c. Hasil peneliti yang di lakukan Bowo Setiawan yang berjudul "*Strategi Bauran Pemasaran Tentang Promosi Pada Toko Sepatu Bata Metro Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam"*.[11] Dalam penelitian ini yang diteliti oleh peneliti dan menjadi fokus penelitian adalah mengenai Strategi Bauran Pemasaran Tentang Promosi Pada Toko Sepatu Bata Metro Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Penelitian Bowo Setiawan memiliki kesamaan dalam strategi bauran pemasaran.

Namun terdapat perbedaan pengkajian dengan penulis, yaitu *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada BPRS Metro Madani Ditinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam*. Perbedaan dapat di lihat dari

[11] Bowo Setiawan, "*Strategi Bauran Pemasaran Tentang Promosi Pada Toko Sepatu Bata Metro Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam"*. Skripsi Tahun 2013.

kajian yang diteliti, dimana peneliti mengkaji mengenai *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada BPRS Metro Madani Ditinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam*. Sementara kajian pada penelitian Bowo Setiawan adalah Strategi Bauran Pemasaran Tentang Promosi Pada Toko Sepatu Bata Metro Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. Hasil penelitian dari Bowo Setiawan kelancaran dalam pemasaran produk dikarenakan adanya diskon di toko sepatu bata Kota Metro.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Bauran Pemasaran

1. Pengertian strategi

Dalam melakukan sesuatu kegiatan diperlukan strategi yang sesuai agar kegiatan yang dilakukan dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang ditentukan. Strategi berasal dari kata yunani *strategos* dengan akar kata *stragos* dan *ag*, *stragos* berarti " militer " dan *ag* berarti " memimpin " .[12]

Strategi adalah langkah–langkah yang harus di jalani oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan, kadang–kadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku-liku, namun ada pula langkah yang relatif mudah. Di samping itu banyak rintangan atau cobaan yang di hadapi menjadi tujuan. Oleh karena itu setiap langkah harus di jalankan secara hati-hati dan terarah.[13]

Menurut Alfred Chalender strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusaan, dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang di perlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu.[14] Menurut Kenneth R. Andews, strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan

---

[12]Murdifin Haning Dan Nurmajumuddin, *Manajemen Produksi Modern (Oprasi Manufaktur Dan Jasa).* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 37

[13] Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h.186

[14] Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rhineka Cipta, 2009), h.339

dengan peluang yang di hadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.[15] Strategi di gunakan utuk memperoleh suatu usaha untuk meningkatkan kerja dan pendapatan perusahaan. Maka strategi sering di gunakan dan tidak luput dari suatu usaha atau perusahaan.[16]

Setiap perusahaan apapun jenisnya harus mempunyai strategi yang berada pada setiap level. Dalam melaksanakan strategi perlu juga adanya sebuah perencanaan untuk mengatur jalanya *strategi* tersebut agar mencapai keadaan yang di ingginkan.

Strategi dalam lembaga keuangan adalah perencanaan untuk menggapai tujuan, yaitu visi dan misi lembaga keuangan,baik untuk manajemen atau oprasional baik. George A Steiner memformulasikan dan mengimplementasikan strategi sebagai berikut:[17]

a. Strategi dikembangkan dalam tingkat manajemen puncak.
b. Perumusan strategi adalah berkrsinambungan dan tidak teratur.
c. Pengambilan keputusan strategi bersifat subjektif.
d. Masalah-masalah strategi umumnya tidak tersetruktur dan cenderung bersifat khusus;

---

[15] Henry Simamora, *Manajemen Bisnis,* (Jakarta: Rhineka Cipta, 2000), h.339

[16]Hery Simamora, *Manajemen Pemasaran Interasional,* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h.214

[17]Amin Widjaja Tunggal, *Manajemen Suatu Pengantar,* (Jakarta: Reneka Cipta, 2002), h. 163-164

Strategi pemasaran, hubungan strategi dengan pemasaran menjadi penting dalam dunia bisnis, karena pada hakikatnya hubungan ini merupakan langkah-langkah yang berkesinambungan yang diupayakan oleh sebuah perusahaan guna mencapai target pemasaran terbaik dalam rangka mewujudkan kepuasan konsumen secara maksimal. Strategi pemasaran sangat dibutuhkan untuk mencegah penurunan jumlah konsumen serta jatuhnya daya saing produk bisnis di pasar. Strategi merupakan daya kreativitas dan daya cipta (inovasi) serta merupakan cara pencapaian tujuan yang sudah ditentukan oleh pimpinan puncak perusahaan sedangkan focus pada pemasaran dilakukan oleh manajer perusahaan.[18]

Macam-macam strategi pemasaran

1. Strategi kebutuhan primer

   Strategi untuk merancang kebutuhan primer antara lain:

   a. Menambah jumlah yang menggunakannya

   b. Meningkatkan jumlah pembeli

2. Strategi kebutuhan selektif

   Yaitu dengan cara:

   a. Mempertahankan jumlah pelanggan seperti:

[18] Thamrin Abdullah, Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers,2013), hlm.34

- Memelihara kepuasan pelanggan
- Menyederhanakan proses pembelian
- Mengurangi daya tarik atau jelang untuk peralihan merk

b. Menjaring pelanggan (Acquistion Strategier)

- Mengambil posisi berhadapan atau head to head positioning
- Mengambil posisi berbeda atau differentiated positing

Secara lebih jelasnya, strategi pemasaran dibagi menjadi empat jenis yaitu:

1. Merangsang kebutuhan primer dengan menambah jumlah pengguna.

2. Merangsang kebutuhan primer dengan cara memperbesar tingkat pembelian.

3. Merangsang kebutuhan selektif dengan memperhankan pelanggan yang sudah ada.

4. Merangsang kebutuhan selektif dengan cara menjaring pelanggan baru.

B. Bauran pemasan (*marketing mix)*

Bauran pemasaran merupakan perangkat atau alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Bauran pemasaran produk barang mencakup 4P, yaitu produk, harga, lokasi atau tempat, dan promosi. Sementara untuk produk jasa, keempat faktor tersebut masih dirasa kurang mencukupi, para ahli pemasaran menambah tiga unsur lagi, yaitu orang atau sumber daya manusia (SDM), proses, dan layanan pelanggan. Ketiga hal ini terkait dengan sifat jasa di mana tahapan oprasional hingga konsumsi merupakan suatu rangkaian yang tidak dapat dipisahkan serta mengikutsertakan konsumen dan pemberi jasa secara langsung. Sebagai suatu bauran, unsur-unsur tersebut saling mempengaruhi satu sama lain. Dengan demikian, apabila salah satu tidah tepat pengorganisasiannya maka akan mempengaruhi strategi pemasaran secara keseluruhan. Bauran pemasaran jasa terdiri atas tujuh hal, yaitu:

1. Produk (*product*).

   Produk merupakam keseluruhan objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Yang perlu di perhatikan dalam produk adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk saja, tetapi membeli manfaan dan nilai dari produk tersebut yang disebut "*the offer"*. Utamanya, pada produk jasa, tidak

dikenal munculnya peralihan kepemilikan dari penyedia jasa konsumen.

Yang di baksut dalam pembahasan produk jasa disini adalah total produk. Konsep total produk yang terdiri atas:Produk inti/generik, produk yang di harapkan, Produk tambahan, Produk potensi.Tiga unsur selain produk inti atau generik merupakan unsur potensial yang untuk dijadikan nilai tambah bagi konsumen sehingga produk tersebut berbeda dengan produk yang lain.

2. Harga (*price*)

Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk, dan keputusan konsumen untuk membeli. Penentuan harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi permintaan seluruh pasaran.[19]

3. Lokasi atau tempat (*plac*e)

Produk industri manufaktur place diartikaaan sebagai saluran distribusi (zerro channel, two level chanel, dan multilevel chanel), sedangkan untuk produk industri jasa, place diartikan sebagai tempat pelayanan jasa. Lokasi pelayanan jasa yang digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan keputusan kunci. Keputusan mengenai lokasi pelayanan yang akan digunakan melibatkan pertimbangan bagaimana penyerahan jasa kepada pelanggan dan dimana itu akan berlangsung. Tempat juga penting

[19]Rambat Lupiyoadi, *manajemen pemasaran jasa,*(Jakarta: Salemba Empat,2013), hlm.93-95.

sebagai lingkungan dimana dan bagai mana jasa akan diserahkan, sebagai bagian dari nilai dan manfaat dari jasa.

4. Promosi (*promotion*): bagaimana promosi yang harus dilakukan.

   Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belom pernah mendengarkannya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan membelinya. Pada hakekatnya perngertian promosi adalah promosi suatu bentuk komunikasi pemasaran.

5. Orang atau SDM (*people*)

   Orang adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi presepsi pembelian. Elemen-elemen dari orang adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa.

6. Proses (*process*): bagian proses dalam oprasi jasa tersebut.

   Proses adalah semua prosedur ektual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang di gunakan menyampaikan jasa. Elemen proses mempunyai arti disuatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktivitasnya untuk memenuhi kebutuhan dan kegiatan konsemenya.

Dari definisi diatas dapat di simpulkan bahwa produk, harga, lokasi atau tempat, promosi, orang atau SDM, dan proses saling berhubungan dimana masing-masing elmen didalamnya saling mempengaruhi. Kegiatan-kegiatan ini perlu di terapkan di BPRS Metro Madani secara efektif dan secara efisien sehingga perusahaan atau organisasi tidak hanya memilih kombinasi yang baik saja, tetapi juga harus mengoordinasikan berbagai macam elemen dari bauran pemasaran untuk melakukan program pemasaran.

Ada beberapa situasi khusus yang menuntut perusahaan untuk mendesain bauran pemasaran secara khusus. Walaupun situasi-situasi ini tidak selalu dihadapi oleh perusahaan setiap saat, namun perusahaan harus mempersiapkan antisipasi ketika situasi-situasi ini terjadi. Situasi-situasi tersebut adalah persaingan, daur hidup produk, pasar internasional, dan kategori produk.[20] Keempat situasi tersebut sangatlah mempengaruhi terhadap keberhasilan perusahaan dalam pemasaran. Untuk mengantisipasi kondisi tersebut maka perusahaan perlu mempersiapkan sstrategi-strategi antara lain:

a. Strategi bersaing yaitu perusahaan perlu mengenali siapa pesaingnya, apa sasaran dan strategi pesaing, apa kekuatan dan kelemahan pesaing, dan bagaimana pola reaksi pesaing dalam menghadapi persaingan.

[20] Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 38.

b. Strategi daur hidup produk yaitu perusahaan perlu menetapkan kebijakan produk, harga, tempat, dan promosi sesuai dengan tahapan-tahapan yang di lalui oleh suatu produk baru selama dipasarkan.

c. Pasar internasional yaitu apabila perusahaan ingin berekspansi keluar negeri maka tidak bisa menyamakan strategi pemasaran di luar negeri dengan pemasaran dalam negeri begitu saja, melainkan perlu penyesuaian strategi pemasaran yang menyangkut budaya, geografi, demografi, kebijakan-kebijakan pemerintah, teknologi, iklim, dan lingkungan.

d. Kategori produk yaitu perusahaan perlu mempersiapkan pemasaran produknya secara tersendiri, dimana pemasaran untuk masing-masing kategori produk tentu berbeda karena memiliki karakteristik yang berbeda-beda.

C. BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah)

1. Pengertiaan BPRS

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) menurut pebankan no. 7 tahun 1992, adalah lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka tabungan dan atau bentuk lainnya yang di persamakan dengan itu dan menyalurkan dana sebagai usaha

BPR.[21] Sedangkan "Bank Pengkreditan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang beroprasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam, atau dengan kata lain yaitu bank yang tata cara beroperasionalnya mengacu kepada ketentuan-ketentuan islam (al-qur'an dan al-hadist).[22] Pengertian lain BPRS adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalulintas pembayaran.[23]

Pelaksanaan BPR yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah selanjutnya diatur menurut surat keputusan direktur bank indosesia no. 32/36/KEP/1999 tanggal 12 mei 1999 tentang bank perkreditan rakyat berdasarkan prinsip syariah. Menurut keputusan ini, kegiatan operasional BPR syariah adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, melakukan penyaluran dana, melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan BPR syariah sepanjang disetujui oleh Dewan Syariah Nasional.

2. Prinsip-Prinsip dan Tujuan BPRS

   a. Prisip-prinsip BPRS

      Bank pembiayaan rakyat syariah merupakan salah satu lembaga keuangan perbankan syariah yang pola oprasionalnya mengikuti prinsip-prinsip syariah atau muamalah islam. Menurut Andi Soemitra dalam bukunya bank dan lembaga keuangan

[21] Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi.* (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), h.93

[22] Malayu Hasibun, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h.39

[23]Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: kencana, 2009), h.62

syariah, menuliskan bahwa prinsip-prinsip lembaga keuangan syariah yaitu:

1. Bebas, yaitu bebas dari *maysir, gharar,* haram, riba dan batil.[24]*Maysir* (Spekulasi); secara bahasa maknanya jadi umum, mengundi nasib dan setiap kegiatan yang sifatnya untung-untungan (spekulasi).[25] Maksudnya lembaga keuangan syariah harus bebas dari *maysir* atau judi. *Gharar* adalah sesuatu yang memperdaykan manusia didalam bentuk harta, kemegahan, jabatan, syahwat (keinginan), dan lainnya.[26] Haram; secara bahasa berarti larangan dan penegasan. Larangan bisa timbul karena beberpa kemungkinan, yaitu larangan oleh Tuhan dan bisa juga adanya pertimbangan akal.[27]Riba adalah tambahan yang disyaratkan dalam transaksi bisnis tanpa adanya pendanaan (*iwad*) yang di benarkan syariah atas penambahan tersebut. Batil; secara bahasa artinya batal, tidak sah dalam aktivitas jual beli, Allah menegaskan manusia dilarang mengambil harta dengan cara yang batil.
2. Menjalankan bisnis dan aktifitasnya perdagangan yang berbasis pada perolehan keuntungan yang sah menurut syariah.
3. Menyalurkan zakat, infak, dan sedekah.

---

[24]*Ibid*, hlm.36
[25]*Ibid.*,
[26]*Ibid*, hlm.37
[27]*Ibid.*,

b. Tujuan BPRS

1. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam, terutama masyarakat golongan ekonomi lemah yang ada pada umumnya.
2. Menambah lapangan kerja terutama ditingkat kecamatan, sehingga dapat mengurangi arus urbanisasi.
3. Membina semangat *ukhuwah Islamiyah* melalui kegiatan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan per kapita menuju kualitas hidup yang memadai.
4. BPR Syariah tidak bersifat menunggu terhadap datangnya permintaan fasilitas, melainkan bersifat aktif dengan melakukan sosialisasi atau penelitian kepada usaha-usaha yang berskala kecil yang perlu di bantu tambahan modal, sehingga memiliki prospek bisnis yang baik.
5. BPR Syariah memiliki jenis usaha yang waktu perputaran uangnya jangka pendek dengan mengutamakan usaha skala menengah dan kecil.
6. BPR Syariah mengkaji pangsa pasar, tingkat kejenuhan serta tingkat kompetitifnya produk yang akan diberi pembiayaan.[28]

[28] Heri Sudarsono, *bank dan lembaga keuangan syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), h.95

D. Ekonomi Islam

1. Pengertian Ekonomi Islam

Pengertian ekonimi islam tidak luput dari kajian islam yang bertujuan untuk menuntut agar manusia tetap berada pada jalan yang telah digarikan oleh Allah SWT, yang lurus dan benar. jadi, ekonomi islam adalah ekonomi yang berlandaskan islam yang bertujuan agar manusia tetap berada dijalan yang benar.[29]

Menurut Muhammad Syafi'I Antonio, sektor jual beli dalam sistem ekonomi islam mempunyai prinsip utama. Prinsip-prinsip terebut yaitu larangan riba, gharar, dan lain sebagainya.[30]Sedangkan menurut Yusuf Qardhawi menyatakan bahwa ekonomi islam merupakan ilmu ekonomi yang berlandasan kepada ketuhanan. Sisitem ekonomi ini bertitik tolak dari Allah, dan tujuan akhirnya pun yaitu Allah sehingga dalam menggunakan sarana yang digunakan tidak terlepas dari syariat islam.[31]

Maka dapat di simpulkan bahwa ekonomi islam merupakan ekonomi yang berlandaskan pada unsur ketuhanan dengan berlandaskan pada Al-Quran dan Al-Hadis. Prinsip-prinsip yang di gunakan juga terdapat dalam Al-Quran dan Al-Hadis.

Ekonomi Islam itu sendiri bertujuan untuk mewujudkan kehidupan ekonomi manusia yang lebih sejahtera dan damai, relatif

---

[29] Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam.* (Yogyakarta: Graha Ilmu. 2005), hlm. 2

[30] Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah* (Jakarta: Gema Insani Perss, 2001), hlm. 5

[31] Yusuf Qarhawi, Darul Qiyam Wal Akhlaq Fil Iqtishadil Islam, ahli bahasa: Zainal Arifin Dahlia Husin, *Norma Dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Pers, 1997), hlm. 201

menjamin kemakmuran dalam memilih jenis barang dan jasa,memilih sistem dan organisasi produksi maupun memilih sistem distribusi mandiri dan tidak menimbulkan kerusakan di bumi. Sehingga kelestarian alam dapat dijaga dengan sebaik mungkin, baik alam, budaya, sosial maupun spiritual keagamaan serta penamaan prinsip ekonomi islam. Islam dengan tegas melarang semua praktik jual beli yang mengandung unsur-unsur kecurangan dan penipuan dalam memperoleh keuntungan.[32]

2. Nilai-Nilai Dan Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

Ekonomi Islam merupakan suatu ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Atas dasar dan merujuk pada nilai-nilai dasar islam inilah, maka pelaksanaan Ekonomi Islam tersebut dikenal dengan istilah prinsip-prinsip ekonomi islam:

A. Nilai dan prinsip ekonomi islam

a. Tauhid (Keesaan Tuhan)

Tauhid merupakan fondasi ajaran islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa “tiada sesuatu pun yang layak di sembah selain Allah” dan tidak ada langit bumi dan seisinya selain dari pada Allah. Karena itu segala aktivitas manusia dalam hubungannya dengan alam (sumber daya) dan manusia (muamalah) dibingkai dengan kerangka

[32] Rachmat Syafi’i, *Fiqih Muamalah,* (Bandung: Pustaka Setia, 2001), h. 73

hubungan dengan Allah. Karena kepadannya kita akan mempertanggung jawabkan segala perbuatan kita, termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis.

b. Adil (keadilan)

Allah adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifatnya adalah adil. Penegakan nilai keadilan dalam ekonomi dilakukan dengan melarang semua *mafsadah* (segala yang merusak), *riba* (tambahan yang didapat secara dzalim), *gharar* (ketidak pastian), *tadlis* (penipuan) dan *maysir* (perjudian, orang mendapat keuntungan dengan merugikan orang lain).[33]

c. Nubuwwah (Kenabian)

Karena rahman, rahim dan kebijaksanaan Allah, manusia tidak dibiarkan begitu saja didunia tanpa mendapat bimbingan. Karena itu diutuslah para Nabi dan Rasul untuk menyampaikan petunjuk dari Allah kepada manusia tentang bagaimana hidup yang baik dan benar didunia, dan mengajarkan jalan untuk kembali (taubat) ke asal-muasal segala, Allah. Fungsi Rasul adalah untuk menjadi metode terbaik yang harus diteladani manusia agar mendapat keselamatan di dunia dan di akhirat. Untuk umat muslim, Allah telah mengirimkan manusia model yang terakhir dan

[33] Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*,Ed-3, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 35-43

sempurna untuk diteladani sampai akhir zaman, Nabi Muhammad Swt.[34] Sifat-sifat utama sang model yang harus di teladani oleh manusia pada umummnya dan prilaku ekonomi dan bisnis pada khususnya adalah sebagai berikut:

a) Siap Menerima Resiko

Prinsip-prinsip ekonomi syariah yang dapat dijadikan pedoman oleh stiap muslim dalam bekerja untuk menghidupi dirinya dan keluarganya, yaitu menerima resiko yang terkait dengan pekerjaanya itu.[35]

b) Sidiq (benar, jujur)

Sifat sidiq harus menjadi visi hidup setiap muslim, karena hidup manusia berasal dari Yang Maha Benar. Maka kehidupan didunia pun harus dijalani dengan benar, supaya kita dapat kembali pada pencipta Yang MahaBenar. Dari kosep sidiq ini, munculah konsep turunan khas ekonomi dan bisnis, yakni efektifitas (mencapai tujuan yang tepat, benar) dan efisiensi (melakukan kegiatan dengan benar, yakni menggunakan teknik dan motode yang tidak menyebkan kemubaziran).

---

[34] *Ibid, h. 38-40*

[35] Zainudin Ali, *Hukum Ekonomi Syari'ah,* (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h. 7

c) Amanah (tanggung jawab, kepercayaan, kreadibilitas)

Amanah menjadi misi hidup setiap muslim. Sifat ini akan membentuk kreadibilatas yang tinggi dan penuh tanggung jawab pada setiap individu muslim. Sifat amanah memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kreadibilitas dan tanggung jawab, kehidupan ekonomi dan bisinis akan hancur.

d) Fathanah (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas)

Implementasi ekonomi dan bisnis dari sifat ini adalah bahwa segala aktivitas harus dilakukan dengan ilmu, kecerdikan dan pengoptimalan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan, jujur, benar, kreadibel dan bertanggung jawab saja tidak cukup dalam berekonomi dan berbisnis. Para pelaku harus pinter dan cerdik supaya usahanya efektif dan efisien, agar tidak menjadi korban penipuan.

e) Tabliqh (komunikasi, keterbukaan, pemasaran)

Sifat ini merupakan taktik hidup muslim. karena sejak, memberitahu. Sifat ini sudah mendarah daging pada setiap muslim, apalagi yang bergerak dalam bidang ekonomi dan bisnis, akan menjadikan setiap pelaku ekonomi dan bisnis sebagai pemasar-pemasar

yang tangguh dan lihai. Karena sifat tabliqh menurunkan prinsip-prinsip komunikasi (personal maupun masala), pemasaran, penjualan, periklanan, keterbukaan dan lain-lain.

"Nabi Muhammad mengajarkan untuk bertindak jujur dan adil serta bersikap baik dalam setiap transaksi perdagangan. Dalam hal ini kunci keberhasilan dan kesuksesan Nabi dalam perdagangan diantaranya adalah dimilikinya sifat-sifat terpuji beliau yang sangat dikenal penduduk mekah saat itu. Bersikap adil dan jujur merupakan persyaratan yang sangat penting seseorang dalam melakukan perdagangan, disamping menjaga hubungan baik dan berlaku ramah tamah kepada mitra dagang serta para pedagang. pedagang yang tidak jujur, meskipun mendapat keuntungan yang besar, boleh jadi keuntungan yang diperoleh hanya sementara".[36]

[36] Jusmaliani dan Masyhuri *et al, Bisnis Berbasis Syariah,* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 46

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan aktivitas yang ditujukan untuk mengetahui seluk-beluk sesuatu. Kegiatan ini dilakukan karena ada permasalahan yang memerlukan jawaban, ingin membuktikan sesuatu yang telah lama dialami sepanjang kehidupan manusia, atau mengetahui berbagai latar belakang terjadinya sesuatu.[37] Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau studi kasus, yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu objek tertentu dengan mempelajarinya sebagai suatu kasus.

Dengan demikan, penelitian kualitatif di dasarkan pada deskripsi yang jelas dan detail, karena menjawab pertanyaan apa, mengapa dan bagaimana. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah empiris. Dimana peneliti mencari sumber-sumber dari data yang berasal dari lapangan. Dimana data tersebut di ambil dari tempat kejadian langsung melalui observasi dan wawancara. Agar data yang didapat dipertanggung jawabkan.

[37]Boedi Abdullah, Dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), h.17.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yaitu pengumpulan data untuk menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian yang tidak dapat diukurdalam data mumerik.[38]

Sedangkan pendekatan yang dipergunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode empiris normatif, yaitu penelitian dengan sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya, yang berdasar kanfakta yang ada di lapangan dan di sesuaikan dengan kaidah dan norma serta teori-teori yang semestinya.

B. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.[39] Sumber data yang digunakan dalam penelitian ada (dua) yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.[40] Data yang dikumpulkan peneliti adalah data mengenai *Strategi Bauran Pemasaran Pada BPRS Metro Madani Ditinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam*. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah Rita Mailinda, Bambang Hardiyant selaku bagian kepala marketing dan account

[38] Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 80.

[39] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 172.

[40] Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, h. 39

officer karyawan BPRS Metro Madani Kota Metro, selanjutnya kepada Bapak Nasib Santoso dan Ibu Dwi Susanti selaku nasabah .

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dan digali dari sumber kedua. Dapat juga di katakana bahwa data setkunder adalah bahan-bahan atau data yang menjadi pelengkap dari sumber data primer.

Data-data yang menjadi sumber pelengkap dalam penelitian ini adalah buku. Buku yang berkaitan dengan permasalahan tersebut antara lain Dasar-Dasar *marketing*, Manajemen *pemasaran jasa*, dan Bank Syariah.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data.[41] Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Metode Wawancara atau *Interview*

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat di konstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.[42] Dengan wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam

[41] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 62

[42] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 231.

tentang partisipan dalam menginter pretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, yang tidak bisa di temukan melalui observasi.[43] Ada beberapa macam wawancara, yaitu wawancara terstruktur, semi struktur, dan tidak terstruktur.

a. Wawancara Terstruktur

Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpul data merekamnya. Dengan wawancara terstruktur ini pula, pengumpulan data dapat menggunakan beberapa pewawancara sebagai pengumpul data.[44]

b. Wawancara Semi Struktur

Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.

c. Wawancara Tak Berstruktur

Wawancara tidak terstruktur, adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tekhnik wawancara tak berstruktur. Wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan

[43] Boedi Abdullah, *Metode Penelitian Ekonomi*, hlm. 207-208.
[44] Sugiyono, *Metode Penelitian*, hlm. 233.

datanya. Dalam metode ini peneliti akan mewawancarai secara langsung kepada pihakbagian Marketing, Karyawan BPRS Metro Madani. Gunanya untuk mendapatkan informasi secara lebih jelas.

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan rekaman kejadian masalalu yang di tulis atau dicetak yang dapat berupa catatan anekdot, surat, buku harian, dan dokumen-dokumen. Penggunaan dokumentasi di perlukan bagi penulis untuk menunjang validitas dan efektifitas dalam pengambilan data.

D. Teknik Analisis Data

Analisis ini bertujuan untuk menemukan tema dan hipotesis kerja yang akhirnya diangkat menjadi konsep, proporsi, kategori atau variabel, yang berguna untuk membangun teori subtantif.[45]

Analisis data melibatkan upaya mengidentifikasi ciri-ciri sesuatu objek dan kejadian oleh anggota-anggota budaya.[46] Analisis data dalam penelitian kualitatif di lakukan sebelum peneliti memasuki lapangan, selama dilapangan, dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, sampai penulisan hasil penelitian. Teknik analisi data yang dipakai di dalam penelitian adalah metodekualitatif lapangan.

---

[45]Moh.Kasiram, *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*, (Malang: UIN-MALIKI PRESS, 2010), h. 288.

[46]Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), h. 237.

Berfikir induktif yaitu cara berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan peristiwa konkrit kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus dan konkrit tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum. Berdasarkan keterangan tersebut maka peneliti menggunakan data yang diperoleh kemudian data tersebut dianalisa dengan cara berfikir induktif dengan informasi mengenai *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada BPRS Metro Madani Ditinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam.*

BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Sejarah Singkat BPRS Metro Madani Kota Metro

1. Sejarah BPRS Metro Madani Kota Metro

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani atau di singkat Bank Syariah Metro Madani (BPRS Metro Madani) adalah salah satu lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah dalam kegiatan oprasionalnya, antara lain dalam kegiatan penghimpunan dana dalam bentuk tabungan dan deposito maupun dalam kegiatan penyaluran pembiayaan baik dalam bentuk jual beli, bagi hasil, ijaroh dan rahn.

Lembaga perbankan yang menjalankan prinsip syariah terus berupaya memberikan kontribusi terhadap perkembangan ekonomi syariah baik disektor ril maupun disektor keuangan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat menengah ke bawah.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani (BPRS Metro Madani) salah satu lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah islam dalam kegiatan oprasionalnya. Dalam UU nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana diubah dengan UU nomer 10 tahun 1998 dan terakhir UU nomer 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah.

PT. BPRS Metro Madani mulai beroprasi tanggal 20 september 2005, didirikan berdasarkan akta anggaran dasar notaris Hermazulia di

bandar Lampung N0. 1 tanggal 03 maret 2005, yang disyahkan oleh Mentri Hukum dan Hak Azazi Manusia (HAM) tanggal 17 juni 2005.

PT. BPRS Metro Madani pada awal oprasional berkantor pusat di Jl. AH. Nasution No. 123A Kelurahan Yosorejo Kecamatan Metro Timur Kota Metro. Sejak tanggal 28 september 2009, setelah mendapat izin persetujuan dari Bank Indonesia (BI) tanggal 04 september 2009, kantor pusat BPRS Metro Madani mulai beroprasi di jl. Diponegoro No. 05 Metro Pusat. Diresmikan oleh wali Kota Metro Bapak Lukman Hakim.

Berdirinya PT. BPRS Metro Madani tidak lepas dari memenuhi kebutuhan umat islam akan keberadaan lembaga keuangan sebagai dampak meningkatkan kesadaran umat untuk bermuamalah sesuai dengan prinsip syariah dalam kegiatan perekonomian.

PT. BPRS Metro Madani mulai beroprasi dengan tersalurnya dana awal sebesar Rp 2.500.000.000,- untuk memenuhi kebutuhan pengusaha kecil dan mikro dalam mengembangkan usaha dan investasinya (pembanguan perumahan) di Kota Metro dan sekitarnya.

Saat ini PT. BPRS Metro Madani memiliki 4 (empat) kantor cabang, 2 (dua) kantor kas dan 2 (dua) kantor layanan kas. Cabang pertama berada di Unit II tulang bawang sejak 14 januari 2008, Cabang kedua di kecamatan kalirejo kabupaten lampung tengah sejak 01 november 2009, Cabang ketiga di Daya Asri Kecamatan Tumijajar Kabupaten Tulang Bawang Barat sejak 23 juli 2012, Cabang keempat di jatimulyo

Kabupaten Lampung Selatan sejak 26 agustus 2013 dan Kantor Kas Metro di 15a Kampus Kota Metro sejak 01 oktober 2011, Kantor Layanan Kas di RS Muhammadiyah Metro sejak 15 oktober 2012. Serta kantor Layanan Kas Tulang Bawang Barat sejak 2015.

2. Visi dan Misi BPRS Metro Madani Kota Metro

PT. BPRS Metro Madani menpunyai visi dan misi yang akan dicapai sesuai dengan prinsip syariah. Visi dan Misi tersebut antara lain :

a. Visi

Terwjudnya bank pembiayaan rakyat syariah metro madani yang berkemajuan, bermartabat dan membawa kemaslahatan umat.

b. Misi

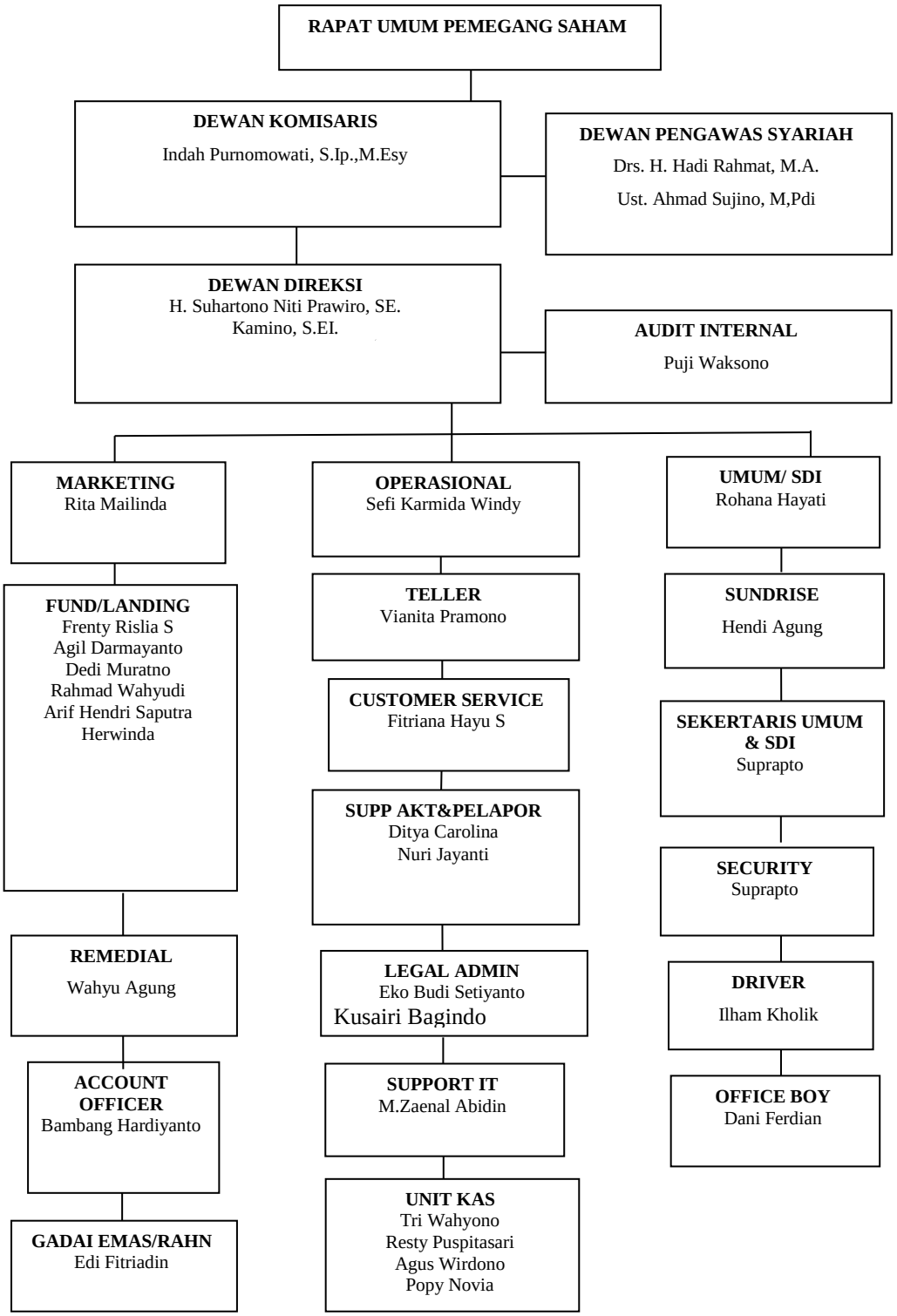
Menjalankan usaha perbankan sesuai syariah islam yang sehat dan terpecaya, memberikan pelayanan terbaik dan profesional kepada nasabah, *share holder* dan kariyawan.

3. Struktur Organisasi PT. BPRS Metro Madani

Struktur Organisasi ini dibuat untuk mencapai suatu tujuan organisasi yang sehat sesuai ketentuan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.[47]

[47] Dokumentasi PT BPRS Metro Madani, 30 juli 2018.

Gambar. 3.1Struktur Organisasi PT. BPRS Metro Madani[48]



[48] Dokumentasi PT BPRS Metro Madani, 30 juli 2018.

Berdasarkan struktur organisasi tersebut dapat di jelaskan kegiatan dari setiap bagian sebagai berikut;

a. Rapat Umum Pemegang Saham

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) adalah organisasi perorangan terbatas yang memiliki kewenangan eksklusif yang tidak diberikan kepada direksi dan dewan komisaris. Kewenangan RUPS bentuk dan luasnya ditentukan dalam undang-undang perorangan terbatas dan anggaran dasar perorangan.

Perseroan merupakan bagian tertinggi dan memiliki hak istimewa diantara bagian-bagian Perseroan lainnya. Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) terdiri dari RUPS Tahunan dan RUPS Luar biasa. Dimana untuk RUPS tahunan dilaksanakan tiap tahun dengan agenda perihal pertanggung jawaban Direksi dan Komisaris Perseroan dalam menjalankan tugas dan fungsinya selama 1 tahun, Program kerja untuk tahun ke depan, penunjukan akuntan publik, dll. RUPS Tahunan tersebut harus dilaksanakan maksimal 6 bulan setelah tahun buku berakhir, yaitu selambat-lambatnya pada akhir bulan Juni tahun berkutnya.

b. Dewan Komisaris

Dewan Komisaris adalah sebuat dewan yang bertugas untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direktur Perorangan Terbatas (PT).

Dewan Komisaris bertugas dalam pengawasan intern PT. BPRS Bank Aman Syariah dan memberikan arahan dalam pelaksanaan tugas Direksi agar tetap mengikuti kebijakan perseroan dan ketentuan yang berlaku.

c. Dewan Pengawas Syariah

Dewan Pengawas syariah adalah badan yang ada di lembaga keuangan syariah dan bertugas mengawasi pelaksanaan keputusan DNS di lembaga keuangan syariah tersebut. Dewan Pengawas Syariah diangkat dan diberhentikan di Lembaga Keuangan Syariah melalui RUPS setelah mendapat rekomendasi DSN. Dewan Pengawas Syariah bertugas melakukan penilaian dan pengawasan atas produk yang akan ditawarkan dalam rangka menghimpun dan menyalurkan dari dan untuk masyarakat, agar berjalan sesuai dengan syariah Islam yang dituangkan dalam bentuk keputusan atau fatwa.

d. Dewan Direksi

Dewan Direksi adalah pimpinan perusahaan yang dipilih oleh para pemegang saham untuk mewakili kepentingan mereka dalam mengelola perusahaan.

Dewan Direksi terdiri dari Direktur Utama dan seorang atau lebih sebagai Direktur, bertugas memimpin dan mengawasi kegiatan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani sehari-hari sesuai dengan kebijakan umum yang telah disetujui Dewan Komisaris.

e. Internal Audit

Internal Auditadalah merupakan kegiatan pemeriksaan dan pengujian suatu pernyataan, pelaksanaan dari kegiatan yang dilakukan oleh pihak independen guna memberikan suatu pendapat. Pihak yang melaksanakan auditing disebut dengan auditor.

Internal Audit merupakan unit Internal Audit yang bertugas membantu Direktur dan Dewan Komisaris untuk melakukan pengawasan atas kegiatan operasional Perseroan. Unit Audit Internal memberikan pelayanan keyakinan dan konsultasi yang bersifat indepeden dan obyektif, dengan tujuan untuk meningkatkan nilai dan memperbaiki kegiatan operasional Perseroan.[49]

f. Marketing

Marketing adalah petugas dalam memasarkan produk, baik barang ataupun jasa, dengan berbagai cara agar produk tersebut disukai dan digunakan oleh konsumen luas.

Marketing bertugasmenghubungkan antara produsen dengan konsumen pada suatu pasar. Artinya, kegiatan marketing tidak hanya terbatas pada pemasaran saja, namun juga termasuk semua strategi yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

[49] Dokumentasi PT. BPRSMetro Madani, 30 juli2018.

g. Oprasional

Oprasional adalah petugas yang mengawasi dan bertanggung jawab atas terlaksananya kelancaran kerja dibagian operasional serta memberikan laporan rutin berkala atas pekerjaannya kepada Direksi.Tugas dan Tanggung Jawab oprasional;

1. Memberikan pengarahan dan pembinaan karyawan yan dibawahnya (Teller, Pembukuan, CS, Administrasi dan Legal, Kepala Kantor Kas, Bag. Umum Personalia).
2. Memeriksa semua transaksi dan mutasi keuangan.
3. Bertanggun jawab dalam pembuatan dan pengampaian laporan bulanan kepada direksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
4. Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan direksi.
5. Bertanggung jawab kepada direksi.

h. Sekertaris/Umum dan SDI

Bagian Umum / SDI bertugas dalam pencatatan, pengadministrasian, serta pembinaan dalam kepersonaliaan, mengawasi ketersediaan perlengkapan layanan dibidang personalia dan umum.Tugas dan Tanggung jawab bagian umum;

1. Menginventarisasi kebutuhan karyawan dan atau perusahaan sesuai ketentuan yang berlaku.
2. Pengawasan terhadap pengadaan inventaris kantor dan penyusutan serta pengendalian biaya.
3. Melakukan pembayaran gaji, uang jasa, pesangon, lembur, dan lainnya sessuai ketentuan.
4. Membuat laporan bulanan kepada Direksi.
5. Membawahi langsung personalia, perlengkapan, pengemudi, satuan pengamanan, dan pramubakti.
6. Bertanggung jawab kepada Direksi.

i. Analisis Officer

Analisis Officer adalah aparat manajemen/petugas bank yang ditugaskan membantu direksi dalam menangani tugas-tugas kususnya yang menyangkut bidang marketing dan pembiayaan.Bagian Analisis Officer sebagai bagian yang memasarkan produk Bank Aman Syariah untuk mencari nasabah yang terdiri dari;

1. Funding

   Funding adalah kegiatan menghimpun dana dari anggota atau calon anggota yang berbentuk simpanan atau penyertaan modal guna penguatan modal kedalam.

   Bertugas sebagai pemasar produk penghimpun dana dan investasi dana guna meningkatkan Bank Aman Syariah, meningkatkan hubungan bisnis antar Bank Aman Syariah dengan nasabah sesuai dengan target yang ditetapkan, memutahirkan dokumen dan nasabah pendanaan sesuai pengelolahan, serta memprioritaskan untuk memberikan pelayanan khusus dalam setiap interaksi dengan nasabah.

2. Lending

   Lending atau yang sering disebut dengan pembiayaan konsumen adalah suatu pinjaman atau kredit yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada debitur untuk pembelian barang atau jasa yang akan langsung dikonsumsi oleh konsumen, dan bukan untuk tujuan produksi ataupun distribusi.Bertugas memberikan pembiayaan kepada calon nasabah yang melakukan pembiayaan sesuai dengan ketentuan dan syarat yang ada pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

j. Remedial

Remedial adalah bertugas dalam menangi nasabah macet atau nasabah yang bermasalah.

k. Gadai emas/Rahn

Gadai emas/Rahn adalah bertugas sebagai penerima dan melayani gadai emas dari nasabah dengan berat emas minimal 1 gram.

l. Teller

Teller adalah petugas bank yang bertanggung jawab untuk menerima simpanan, mencairkan cek, dan memberikan jasa pelayanan perbankan lain kepada masyarakat.Bagian Teller bertugas atas pelaksaan penerima setoran dan pembayaran tunai atau pemindahbukuan nasabah, mengambil atau menyetor dari atau ke Bank Indonesia atau ke tempat lain sesuai penugasan dan mengamankan serta menyimpan uang tunai, surat-surat berharga, dan membuat laporan sesuai dengan bilangannya.

m. Customer service

Customer service adalah setiap kegiatan yang ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang kepada klien dalam menyelesaikan masalah dengan memuaskan, pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi.

Bagian Customer service bertugas memberikan penjelasan kepada nasabah tentang produk, syarat dan tata caranya yang terdapat pada Bank Aman Syariah, melayani pembukaan rekening giro dan tabungan, melayani permintaan nasabah untuk melakukan pemblokiran atau penutupan rekening, cek atau bilyet giro dan

melayani keluhan nasabah serta memberikan solusi atas masalah yang berkaitan dengan Bank Aman Syariah.[50]

n. Supervaisor Aktutansidan Pelapor

Supervaisor Aktutansi dan Pelapor adalah Karyawan yang memegang posisi ini bertanggung jawab untuk menjalankan proses akunting, *cash advance* dan laporan pengeluaran yang semuanya akan diintegrasikan ke dalam laporan keuangan.

o. Legal Admin

Legal Admin mempunyai peranan yang sangat penting dalam sebuah perusahaan Legal Admin bertugas mengurus semua dokumen, pirizinan, serta permasalhan hukum yang terjadi dalam perusahaan. Tanpa dokumen perizinan, perusahaan tidak mungkin akan beroperasi. Begitu pula jika terjadi permasalahan hukum, operasional perusahaan tentu akan sangat terganggu.

Legal Admin bertugas mengatur, mengawasi dan melaksanakan kegiatan administrasi, dan dokumentasi pemberian pembiayaan serta melakukan kegiatan untuk mengamankan posisi Bank Aman Syariah dalam memberikan pembiayaan sesuai dengan hukum yang berlaku.[51]

---

[50] Ibu Rita Mailinda, *Kepala Marketing*PT. BPRS Metro Madani Kota Metro, Wawancara pada 30 Juli 2018 pukul 03.00 WIB.

[51] Dokumentasi PT. BPRSMetro Madani Kota Metro, 30 Juli2018

p. Support IT

Support IT adalah bertugas sebagai menjaga *cord banking* sistem dan memastikan berjalan dengan baik atau maintains.

q. Sundries

Sundries adalah bertugas menangani penerimaan uang dari nasabah untuk melakukan transfer serta kegiatan lain yang tidak melakukan atau pengiriman uang secara non tunai.

r. Satpam atau *Security*

Satpam atau *security* adalah suatu kelompok petugas yang dibentuk oleh instansi/badan usaha untuk melaksanakan pengamanan fisik dalam rangka menyelenggarakan keamanan dilingkungan /kawasan kerjanya. Pengaman fisik yaitu segala usaha dan kegiatan mencegah/mengatasi timbulnya ancaman dan gangguan keamanan dan ketertiban dilingkungan instansi terkait secara fisik melalui kegiatan pengaturan , penjagaan dan perondaan serta kegiatan lain yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.Tugas Satpam:

1. Membukakan pintu ketika nasabah datang
2. Memberikan pertanyaan tentang tujuan nasabah
3. Menjelaskan tentang cara melakukan transaksi kemana tujuanya nasabah
4. Mengarahkan nasabah ke tempat transaksinya.

s. Driver

Tugas kerja dari Driver bank pembiayaan rakyat syariah antara lain:

- Menunjang kelancaran transportasi yang diperlukan kantor.
- Mengurus dan merawat mobil agar tetap bersih dan siap pakai.
- Melaporkan kerusakan kendaraan agar segera dilakukan perbaikan.

- Bersama petugas kantor dan satpam membawa uang setoran dari kantor cabang utama ke kantor cabang pembantu, atau sebaliknya.

t. Office Boy

Tugas Kerja DariOffice Boy Antara Lain:

- Menjaga Kebersihan Kantor Secara Keseluruhan.
- Membantu Penyimpanan Arsip Dan Dokumen Nasabah.
- Sewaktu-Waktu Bila Dibutuhkan, Melakukan Kegiatan Pengiriman (Kurir) Dokumen Ke Kantor Cabang Pembantu Atau Kantor Lainnya.

4. Produk-produk BPRS Metro Madani[52]

a. Produk Pendanaan

Produk penghimpunan dana terdiri dari:

1) Tabungan dengan prinsip *wadiah* (titipan)

Tabungan syariah metro madani (TSMM) yaitu tabungan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat kapan saja nasabah membutuhkan.

2) Tabungan dengan prinsip *mudharabah*

Tabungan dengan prinsip mudharabah yaitu tabungan yang penarikannya sesuai dengan tujuannya antara lain: tabungan Haji *IB*, tabungan *Qurban IB*, tabungan pendidikan *IB*, tabungan walimah *IB*

[52] Dokumentasi PT BPRS Metro Madani

3) Deposito investasi dengan prinsip mudharabah

Simpanan yang ditunjukkan untuk berinvestasi dalam jangka waktu tertentu dan berbagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati. Jangka waktu mulai dari 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan.

b. Produk pembiayaan

Pembiayaan BPRS Metro Madani atas dasar akad syariah antara lain:

1) Jual beli: *murabahah, salam, istishna*
2) Syirkah dengan bagi hasil: *mudharabah, musyarakah*
3) Sewa menyewa: *ijarah, ijarah muntahiyah bittamlik*
4) Pinjam meminjam: *Qordh / Qardhul hasan*
5) Jasa pelayanan: *ijarah multijasa*, kerjasama talangan haji/umroh.
6) Gadai Emas Syariah: *Rahn*

c. Pelayanan *Payment point*

Pelayanan *payment point* adalah pelayanan yang melayani pembayaran tagihan jasa telekomunikasi, rekening listrik dan transfer antar bank *online*.

B. Strategi Bauran Pemasaran Di BPRS Metro Madani Kota Metro

Pada dasarnya strategi sangat petingkan dan paling utamakan pada PT. BPRS Metro Madani Kota Metro di karenakan berjalannya perusahaan dengan baik atau tidaknya bergantung pada strategi yang di terapkan.

Dengn menerapkan strategi yang sudah di setujui oleh pemegang pimpinan maupun kariyawan maka akan dapat membantu berjalanya perusahaan sesuai dengan strategi maupun prosedur-prosedur yang telah di tetapkan tersebut. PT. BPRS Metro Madani Kota Metro sudah menerapkan strategi 6p pada bauran pemasaran seperti *produc, price, place, promotion, people,* dan *procces* hingga saat ini.

Dari hasil wawancara yang di lakukan peneliti kepada kepala marketing dan sebagian staf kariyawan yang ada di PT. BPRS Metro Madani Kota Meto, tentang strategi bauran pemasaran di PT. BPRS Metro Madani Kota metro maka peneliti mendapat jawaban dari *kepala marketing* dan *Account Officer*, dalam menjalankan strategi bauran pemasaran di PT. BPRS Metro Madani kota metro menggunakan strategi 6p bauran pemasaran yaitu: *produc, price, plice, promotion, people,* dan *procces.*

1. Stratgi *produc* (produk)

   Hasil wawancara Ibu Rita Mailinda selaku kepala marketingdalam strategi produk bahawa di PT. BPRS Metro Madani kota metro mempunyai produk unggulan untuk ditawarkan yaitu produk talang haji dan produk gadain emas (rahn) yang mana produk tersebut untuk

dapat menarik minat nasabah dari berbagai kalangan.[53] Tetapi bila untuk melakukan pembiayaan produk tersebut nasabah wajib berumur 20 tahun atau sudahmemiliki identitas KTP suapaya pengaksesan lebih mudah. Dalam kedua produk terbut memiliki persyaratan atau prosedur yang dibilang cukup mudah untuk di penuhi oleh para calon nasabah.yaitu sebagai berikut:

a. Talang haji

Talang haji merupakan produk yang membiayai terlebih dahulu kepada calon nasabah yang ingin melakukan ibadah haji ketika calon nasabah belom memiliki dana yang cukup untuk keberangkatan ibadah haji. Bila calon nasabah ingin melakukan pembiayaan talang haji maka para calon nasabah cukup melakukun pesyaratan sebagai berikut:

- Mengisi aplikasi persyaratan talang haji
- Fotocopy KTP calon jamaah haji
- Fotocopy KTP suami/istri calon jamaah haji
- Fotocopy kartu keluarga 1 lembar
- Akte nikah/cerai/surat keterangan kematian 1 lembar.
- Formulir surat pembatalan porsi haji (bermatrai)
- Formulir persetujuan suami istri (bermatrai).
- Surat permohonan lembaga yayasan haji.
- Foto copy akte pendirian badan usaha hukum.

[53]Ibu Rita Mailinda, *Kepala Marketing* PT. BPRS Metro Madani Kota Metro, Wawancara pada 30 Juli 2018 pukul 03.00 WIB.

- Foto copy NPWP badan hukum.
- Legalitas KBIH/badan hukum yang masih berlaku.
- Susunan pengurus badan hukum/KBIH.
- Foto copy pengurus badan hukum/KBIH.
- Surat pernyataan dan kuasa yang di lengkapi dengan daftar nama calon jamaah haji.

Produk talang haji dapat memudahkan calon nasabah untuk menunaikan ibadah haji dengan biaya yang kurang mencukupi, PT. BPRS Metro madani Kota Metro sanggup membiyainya terlebih dahulu dengan dana sesuai biaya porsi ibah haji kepada nasabah. Selanjutnya nasabah cukup memberikan uang DP atau uang kesepakatan di awal sebesar Rp. 3.500.000 dan wajibkan untuk membayar angsuran di setiap bulannya dengan sebesar Rp. 600.000 perbulan dengan jangka waktu 6 tahun dengan syarat kesepakatan kedua belah pihak antara nasabah dengan PT. BPRS metro madani kota metro.

b. Gadai Emas/Rahn

Bapak Bambang selaku account officer Gadai Emas (rahn) para calon nasabah cukup melakukan persyaratan/ prosedur sebagai berikut:

Nasabah cukup membawa anggunan perhiasan emas dan kartu identitas KTP, selanjutnya cukup membayar baiaya

penitipan setiap bulannya yang sangat terjangkau dan dengan jangka waktu yang fleksibeldan dapat di perpanjang.[54]

Adanya produk-produk unggulan tersebut dapat mempengaruhi peningkatan minat nasabah dalam produk-produk lain seperti produk funding maupun produk lending yang di miliki oleh PT. BPRS metro madani kota metro.

tabel indikator nasabah

Dalam Nasabah	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**
TABUNGAN	6.197	7.773	8.869	10.228	11.452	12.846
PEMBIAYAAN	2.331	2.111	1.991	1.736	2.145	3.798
DEPOSITO	168	179	181	197	205	383

Hasil jumalah indikator nasabah yang berada pada PT. BPRS metro madani kota metro yang sama-sama mengalami pertumbuhan atau kenaikan yang sangat baik di stiap tahunya.

- pada jumlah nasabah tabungan tahun 2012 berjumlah 6.197 nasabah, hingga pada tahun 2017 sudah berjumlah 12.846 nasabah.
- pada jumlah nasabah pembiayaan tahun 2012 berjumlah 2.331 nasabah, hingga pada tahun 2017 sudah berjumlah 3.798 nasabah.

[54] Bapak Bambang Hardiyanto, *A. Officer* PT. BPRS Metro Madani Kota Metro, Wawancara pada 30 Juli 2018 pukul 03.00 WIB.

- pada jumlah nasabah deposito tahun 2012 berjumlah 168 nasabah, hingga pada tahun 2017 sudah berjumlah 383 nasabah.

Tabel indikator keuangan sebagai berikut:

Dalam Ribuan Rupiah	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**
ASSET	58.236.108	69.836.580	79.341.378	95.917.374	95.804.372	105.674846
PEMBIAYAAN	37.002.210	48.350.308	51.684.587	50.854.846	51.403.179	52.795.842
TABUNGAN	15.585.523	19.448.731	21.828.815	28.394.983	30.227.000	31.959.863
DEPOSITO	17.545.535	17.891.600	18.149.500	28.260.600	20.261.000	25.359.375

Dapat dilihat dari tabel diatas yang mana hasil jumlah keuangan PT. BPRS metro madani kota metro mengalami pertumbuhan atau kenaikan yang sangat baik pada setiap tahunya.

- Pada jumlah asset tahun 2012 berjumlah Rp.58.236.108 hingga tahun 2017 berjumlah Rp. 111.237.251.
- Pada jumlah pembiayaan tahun 20012 berjumlah Rp. 37.002.210hingga tahun 2017 berjumlah Rp. 53.288.381.

  Pada jumlah tabungan tahun 2012 berjumlah Rp. 15.585.523 hingga tahun 2017 berjumlah Rp. 33.406.000.

Menurut Ibu Duwi Susanti selaku nasabah produk unggulan yang ada pada BPRS Metro Madani merupakan produk tersebut cukup menarik dan sesuai dengan dengan kenutuhan nasabah yang ingin menunaikan ibah haji dengan angsuran yang tidak terlalu besar di bandingkan dengan Bank lainya dengan uang DP Rp. 3.500.000

dengan angsuran 600.000 ribu perbulan selama 6 tahun sudah mendapatkan porsi haji yang telah disepakati.[55]

2. Strategi *price* (Harga)

Menurut Ibu Rita Mailinda selaku kepala marketing strategi harga pada PT. BPRS Metro Madani Kota Metro melakukan strategi dengan cara membebaskan atau tidak di kenakan biaya administrasi stiap produk funding (simpanan) pada setiap bulannya agar nasabah lebih tertarik dalam melakukan simpanan pada PT. BPRS Metro Madani, walaupun tidak di kenakan biaya administrasi tetapi tetap ada pemotongan di setiap penutupan tabungan bagi nasabah sebesar Rp. 50.000 untuk di tinggalkan dalam simpanan nasabah.[56]

PT. BPRS Metro Madani selain menawakan simpanan yang bebabas admistrasi bulanan juga melakukan strategi bagi hasil deposito dengan dengan sesui (nisbah) bagi hasil sebesar 30% untuk deposito berjangka 1 bulan, 35% untuk deposito berjangka 3 bulan, 40% untuk deposito berjangka 6 bulan, dan 45% untuk nasabah berjangka 12 bulan. Dapat dilihat dari dari presentase selalu mengalami perubahan. Hal ini merupakan kebijakan BPRS Metro Madani Kota Metro untuk menjaga nasabah deposito agar tidak berpindah ke bank lain ketika mengalami penurunan ataupun kerugian

[55] Ibu Duwi Susanti, *Nasabah* PT. BPRS Metro Madani Kota Metro, Wawancara pada 12 jannuari 2019 pukul 01.00 WIB.

[56]Ibu Rita Mailinda, *Kepala Marketing*PT. BPRS Metro Madani Kota Metro, Wawancara pada 30 Juli 2018 pukul 03.00 WIB.

dalam segi pendapat investasi. Selain deposito investasi BPRS Metro madani dalam keuntungan dari pinjaman yang menetapkan keuntungan sebesar 1.4% dari jumlah pinjaman pembiayaan supaya nasabah tidak merasa terbebani atas ansuran yang harus mereka bayarkan setiap bulanya.

Menurut Bapak Nasib Santoso selaku nasabah deposito investasi mudharabah dengan bagi hasil yang di berikan BPRS Metro Madani sangat menarik karena dengan presentase yang di berikan membrikan keuntungan yang adil dengan sesui nisbah kesepakan di awal yang diberikan oleh pihak BPRS Metro Madani.[57]

3. Strategi *place* (lokasi atau tempat)

Bapak Bambang selaku account officer strategi tempat sasaran utama dari pihak PT. BPRS metro madani yaitu masyarakat pasar. Dikarenakan masyarakat pasar pun lebih banyak membutukhan untuk memutar modal kembali, selian itu juga lokasinya berdekatan maka sangat memudahkan bagi pihak PT. BPRS metro madani maupun pihak masyarakat pasar. lokasi kantor yang berlokasikan atau tempat PT. BPRS Metro Madani kota metro memusatkan lokasi atau tempatnya di jalan diponegoro no. 5 metro pusat, kota metro, provinsi lampung di karenakan tempatnya sangat strategi ditengah-tengah perkotaan dan tepat berada di pinggir jalan raya yang banyak hulu

[57] Bapak Nasib Santoso, Nasabah PT. BPRS Metro Madani Kota Metro, Wawancara pada 10 Januari 2019 pukul 10.00 WIB.

hilir kendaran melintas seperti kendaraan umum maupun kendaraan pribadi, selain itu juga tepat di sekelilingnya banyak kantor-kantor dinas, perusahaan, pasar utama, sekolahan dan masjid.

Penempatan PT. BPRS Metro Madani kota metrodi tempatkan di lokasi yang sangat strategis, agar memudahkaan pihak PT. BPRS untuk memperkenalkan atau memasarkan PT. BPRS Metro Madani Kota Metro kepada masayarakat yang memiliki usaha dan perkantoran, selain itu agar seluruh nasabah dapat mengakses tratsportasinya dengan mudah pada saat melakukakan proses simpanan maupun pembiayaan pada PT. BPRS Metro Madani Kota Metro.[58] Nasabah yang tidak memiliki kendaraan untuk melekukan angsuran bulanan. Maka PT. BPRS Metro Madani siap melakukan jemput bola untuk melakukan kewajiban pembayaran angsuranya bilanan kepada para nasabah.

4. Strategi *promotion* (promosi)

Wawancara kepada Ibu Rita Mailinda selaku kepala marketing promosi merupakan strategi paling utama di PT. BPRS Metro Madani Kota Metro. Untuk promosinya PT. BPRS Metro Madani menggunakan sosialisasi, edukasi, dan literasi secara langsung kesekolah-sekolah, pasar-pasar, acara bazar dan acara car fridays di alun-alun taman Kota Metro di setiap hari minggu awal bulan dan

[58]Bapak Bambang Hardiyanto, *A. Officer* PT. BPRS Metro Madani Kota Metro, Wawancara pada 30 Juli 2018 pukul 03.00 WIB.

akhir bulan, selain itu juga menggunakan situs media seperti facbook, sutus resmi websait PT. BPRS Metro Madani Kota Metro, brosur dan bener dalam memperkenalkan PT. BRPS Metro Madani ke pada masyarakat supaya masyarakat dapat mengenal PT. BPRS Metro Madani Kota Metro.[59]

Strategi promosi yang di terapkan saat ini hasilnyapun cukup memuaskan, dengan strategi ini masyarakat makin mengenal PT. BPRS Metro Madani dan nasabahpun semakin bertambah di setiap tahunya dari berbagai kalangan dalam melakukan simpanan maupun pembiayaan.

5. Stratgi *people* (orang)

Menurut Bapak Bambang selaku account officer bahwa pada PT. BPRS Metro Madani Kota Metro kariyawan di wajibkan mengutamakan kualitas dan kuatintas dengan pelayanan yang cepat, tepat, tutur kata dengan baik, selalu berkomunukasi dengan baik pada nasabah maupun sesama kariyawan, tidak lupa untuk menjaga etika dalam melakukan pengoprasian di setiap harinya bertujuan supaya nasabah merasa terpuaskan dan nyaman atas kinerja dan pelayanan yang diberikan oleh kariyawan.[60]

---

[59]Ibu Rita Mailinda, *Kepala Marketing*PT. BPRS Metro Madani Kota Metro, Wawancara pada 30 Juli 2018 pukul 03.00 WIB.

[60] Bapak Bambang Hardiyanto, *A. Officer* PT. BPRS Metro Madani Kota Metro, Wawancara pada 30 Juli 2018 pukul 03.00 WIB.

6. *Process*

Bapak Bambang Hardiyanto selaku Accon Officer. Proses yang berada pada PT. BPRS Metro Madani dapat di bilang cukup mudah dalam melakukan permohonan untuk menjadi nasabah di perusahaan dengan langkah awal yaitu nasabah mengajukan pembiayaan ke kantor PT. BPRS Metro Madani Kota Metro, PT. BPRS Metro Madani Kota Metro memberikan persyaratan kepada nasabah, nasabah melengkapi persyaratan yang sudah di berikan oleh PT. BPRS Metro Madani, bila sudah melengkapi persyaratan kariyawan yang berada pada bagian analisa dan survei akan mendatangi rumah nasabah untuk mengecek kondisi usaha dan prilaku nasabah setiap harinya untuk laporan kepada persetujuan komite pembiayaan agar mendapat acc kepada PT. BPRS Metro Madani Kota Metro bila sudah acc maka nasabah akan di hubungi oleh kantor untuk melakukan akad dan pecairan yang telah di sepakati antara kedua belah pihak yaitu antara PT. BPRS Metro Madani Kota Meto dengan nasabah, bila akad dan pencairan sesuai kesepakantan sudah di berikan, maka otomatis nasabah sudah bisa terima dana atau barang yang telah di inginkanya.[61]

[61]Bapak Bambang Hardiyanto, *A. Officer* PT. BPRS Metro Madani Kota Metro, Wawancara pada 30 Juli 2018 pukul 03.00 WIB.

C. Analisis Strategi Bauran Pemasaran Di BPRS Metro Madani Kota Metro Di Tinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan pada PT. BPRS Metro Madani Kota Metro dapat di ketahui bahwa sudah menggunakan strategi bauran pemasaran 6p. Strategi bauran pemasaran yang sudah di terapkan dapat meningkatkan nasabah pada setiap tahunnya.

Strategi *produc* yang menggunakan produk unggulan PT. BPRS Metro Madani yaitu produk talang haji dan gadai emas (rahn) produk tersebut dapat membuat pengaruh besar pada produk-produk lain yang terdapat pada PT. BPRS Metro Madani Kota Metro seperti mempengaruhi minat nasabah tabungan, nasabah pembiayaan, dan nasabah deposito mengalami kenaikan sebanyak 5% lebih setiap tahunya. Dalam prinsip ekonomi islam strategi produk yang mereka pergunakan sangat di bolehkan karena denga produk unggulan yang sifatnya membantu kemudahan masyarakat yang ingin melengkapi idahnya dengan belom memiliki biaya yang mencukupi dan mamberikanya dengan porsi ibah haji yang benar.

Strategi *price* di PT. BPRS Metro Madani Kota Metro sangat seignifikan yang mana dalam penetapan harga seperti membebaskan biaya administrasi bulanan pada setiap produk funding. Tetapi BPRS Metro Madani dalam penetapan harga membebaskan biaya administrasi bulanan belum sesuai dengan prinsip ekonomi islam, dimana dalam penetapan harga masihmemiliki unsur pemaksaan dengan tetap meninggalkan biaya administrasi Rp. 50.000 pada setiap penutupan simpanan.

Strategi *place* BPRS Metro Madani sangat strategis dikarenakan dekat dengan pasar, pasar merupakan target utama dalam pemasaran produk dan jasa dikarenakan beberapa masayrakat pasar membutuhkan modal dalam mebesarkan usaha mereka. Dengan lokasi BPRS Metro Madani saat ini dapat memanfaatkan dalam memasarkan perusahaan dengan produk-produk dan jasa yang ada. Yang membedakan BPRS dengan Bank lain yaitu Pihak BPRS Metro Madani melayani jemput bola dalam pengambilan simpanan maupun pembiayaan bulanan nasabah, dengan begitu nabah dapat dimudahkan tidak harus menutup usaha mereka dalam melakukukan transaksi kepada BPRS Metro Madani. Dalam prinsip ekonomi islam itu sangat di perbolehkan karena suatu keadilan.

Strategi *promotion* yang di terapkan saat ini seperti sosialisasi, edukasi, literasi, facebook, situs resmi, dan bener yang dilakukan oleh PT. BPRS Metro Madani. Strategi promosi seperti itu diperbolehkan karena tidak terkandeng unsur penenipuan yang dilarang dalam prinsip ekonomi islam dalam nubuwah (kenabian). Pemasaran seperti itu telah sesui dengan pemasaran dalam islam.

Strategi *people* atau SDM BPRS Metro Madani menggunakan kecekatan, keekatan, tanggung jawab, tatakrama dann etika kariyawan kepada nasabah. Dalam nabah BPRS Metro Madani menargetkan masyarakat setempat, dikarenakan masyarakta di sekekeliling BPRS Metro

Madani kebanyakan mempunyai usaha makro maupun mikro, dan sekolah-sekolah untuk dapat ditarik sebagai investasi dalam BPRS Metro Madani.

Strategi *process* yang BPRS Metro Madani sudah cukup cepat dan mudah di bandingkan dengan Bank-Bank lain dikarenakan dengan memasukan berkas persyaratan yang sudah lengkap maka pihak BPRS Metro Madani akan langsung mensurvey lokasi calon nasabah dengan cepat. Dengan begitu nasabah tidak merasa di abaikan oleh pihak BPRS Metro Madani yang mereka harapkan.

Ilmu ekonomi juga tidak luput dari kajian islam yang bertujuan untuk menuntut agar manusiatetap berada dijalan Allah SWT yang lurus dan benar.

Setelah peneliti menguraikan beberapa data baik yang penelti dapatkan dari lapangan yang berkaitan dengan strategi bauran pemasaran, selanjutnya peneliti menguraikan tetang strategi bauran pemasaran di BPRS Mero Madani di tinjau dari prinsip ekonomi islam.

Peneliti menilai dalam produk simpanan dan prmbiayaan masih ada yang belum sesuai dan ada juga yangsudah sesuai dengan niali-nilai dan prinsip-prinsip ekonomi islam adantaralain:

Tahuhid, dapat dilihat dari pelaksanan produk simpanan maupun produk pembiayaan memenuhi prinsip tauhid. Hal ini dapat dilihat dengan adanya perputaran uang dalam PT. BPRS Metro Madani yang berasal dari

dana titipan, dana simpanan ataupun dana deposito anggota dimana nantinya pihak PT. BPRS Metro Madani dan anggota akan menerima keuntungan masing-masing dengan tijuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Keadialan, Allah adalah pencipta segala sesuatu, dan salah satu sifatnya adalah adil. Maka dalam penetapan bagi hasil yang di berikan oleh pihak PT. BPRS Metro Madani kepada nasabah merupakan kebijakan yang manfaatnya adil, dimana pihak PT. BPRS Metro Madani tidak memebeda-bedakan bagi hasil kepada nasabah yang semuanya rata dengan bagi hasil sesui nisbah pada besarnya jumlah investasi kepada setiap nasabah deposito. Nabah merasa cukup puas dengan bagi hasil tersebut. Dimana bagi hasil yang didapat oleh PT. BPRS Metro Madani tidak menjadi riba di karenakan bagi hasil yang di berikan sesuai prinsip ekonomi islam dan sesuai kesepekatan diawal transaksi.

Nubuwwah (kenabian), dalam prinsip ini pada hakekatnya manusia harus memiliki sifat jujur (*sidiq*), bertanggung jawab (*amanah*), kemampuan (fathonah), dan menyampaikan (tablik). Dalam hal ini pihak PT. BPRS Metro Madani memenuhi prinsip kenabian, karena pihak PT. BPRS Metro Madani mendapatka keuntungan dan bagi hasil secara terang-terangan kepada nasabah dan pihak PT BPRS Metro Madani siap mengganti rugi bila ada suatu barang dalam produk pembiayaan yang tidak sesuai dengan permintaan nasabah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan maka dapat disimpulkan bahwa strategi bauran pemasaran dengan 6p yaitu:

Strategi *produc* BPRS Metro Madani dengan produk unggulanya yaitu talang haji dan gadai emas (rahn) sudah cukup baik dan sesui prinsip ekonomi islam dengan talang haji dengan porsi ibadah haji yang benar dan tidak merugikan nasabah yang melakukan pembiayaan talang haji.

Strategi *price* BPRS Metro Madani belom sesuai dengan prinsip ekonomi isalam di karenakan terdapat unsure pemaksaan dalam memberikan harga dalam simpanan tabungan yang ada pada nasabah.

Strategi *place* BPRS Metro Madani cukup baik dengan mengadakan jemput bola kepada nasabah karena dapat menguntungkan bagi nasabah dalam melakukan transaksi setiap bulanya. Dalam prinsip ekonomi islam itu adalah sebuah keadilan dalam bertransaksi.

Strategi *Promotion* BPRS Metro Madani dalam promosi menggunakan leterasi dan edukasi secara langsung kepada masyarakat. Dengan promosi tersebut maka tidak ada unsur kebohongan dalam memasarkan produk dan jasa.

Strategi *people* BPRS Metro Madani ccukup baik dalam membina kariyawan dan nasabah dengan

Strategi *Process* BPRS Metro Madani cukup cepat dalam melakukan proses dalam pemberkasan dan sampai penyerahan uang kepada nasabah. Dalam prinsip ekonomi islam merupakan suatu kewajiban yang sudah dijalankan dengan baik.

Jika di tinjau dari prinsip ekonomi islam bauran pemasaran sudah mengacu pada pada prinsip tauhid, prinsip keadilan, dan prinsip nubuwah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat di temukan beberapa sasaran sebagi berikut:

PT. BPRS Metro Madani Kota Metro harus tetap mengutamakan kejujuran kepada nasabah, tetap menjaka kualitas dan kuantitas produk barang, jasa dengan baik, untuk lebih banyak lagi meluncurkan produk unggulan yang berbeda dari bank lain supaya lebih banyak lagi nasabah yang berminat.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, Jakarta: Grasindo, 2007

Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam,*Ed-3, Jakarta: Rajawali Pers, 2010

Amin Widjaja Tunggal, *Manajemen Suatu Pengantar,* Jakarta: Reneka Cipta, 2002

Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah,* Jakarta: kencana, 2009

Boedi Abdullah, dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah),* Bandung: Pustaka Setia, 2014

Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel,* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003

Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam,* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005

Frandy Tjiptono, *pemasaran jasa,* ttp: Banyumedia Publising, tt

Henry Simamora, *Manajemen Bisnis,* Jakarta: Rhineka Cipta, 2000

Hery Simamora, *Manajemen Pemasaran Interasional,* Jakarta: Salemba Empat, 2000

Herri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi Dan Ilustrasi,* Yogyakarta: Ekonisia, 2003

Jusmaliani dan Masyhuri *et al, Bisnis Berbasis Syariah,* Jakarta: Bumi Aksara, 2008

Kasmir, *Kewirausahaan,* Jakarta: Rajawali Pers, 2014

Kotler&Amstrong, *dasar-dasar pemasaran,*Jakarta: PT Indeks, 2004

Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif,* Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009

Malayu Hasibun, *Dasar-Dasar Perbankan,* Jakarta: Bumi Aksara, 2009

Moh.Kasiram, *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif,* Malang: UIN-MALIKI PRESS, 2010

Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah,* Jakarta: Gema Insani Perss, 2001

Murdifin Haning Dan Nurmajumuddin, *Manajemen Produksi Modern (Oprasi Manufaktur Dan Jasa).* Jakarta: Bumi Aksara, 2007

Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar pemasaran bank syariah,*Bandung: Alfabeta, 2012

Pandji Anoraga, *manajemen bisnis,*Jakarta: PT. Asdi Mahayatsa, 2004

Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: PT Rhineka Cipta, 2009

Rachmat Syafi'i, *Fiqih Muamalah,* Bandung: Pustaka Setia, 2001
Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa,*Jakarta: Salemba Empat,2013
Ratih huriyanti, *bauran pemasaran dan loyalitas konsumen,* Bandung: cv alfabeta, 2005
Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung:Alfabeta, 2008

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatifdan R&D,* Bandung: Alfabeta, 2011
Suharsimi Arikunto, *Prosedur PenelitianSuatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010
Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011
s
Yusuf Qarhawi, Darul Qiyam Wal Akhlaq Fil Iqtishadil Islam, ahli bahasa: Zainal Arifin Dahlia Husin, *Norma Dan Ekonomi Islam,* Jakarta: Gema Pers, 1997

Zainudin Ali, *Hukum Ekonomi Syari'ah,* Jakarta: Sinar Grafika, 2009

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. KH. Dewantara 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website:www.metro.univ.ac.id. e-mail iain@metrouniv. ac.id.

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ardi Imam Saputra
NPM : 13102334

Jurusan/Prody : Ekonomi dan Bisnis Islam (ESY)
Semester / TA : XI / 2018/2019

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal Yang Dibicarakan/Bimbingan Yang Diberikan	Tanda Tangan
	4/1-2019.	✓	Kesimpulan / Saran Harus sembung.	
	7/1-2019.	✓	Acc perbaiki bab IV s/d V. Perbanyak untuk - dirujukan sayahkan. Beg lagi lampiran 2 nya	

Dosen Pembimbing I

Drs. H. Musnad Rozin, MH
NIP. 19520507 198603 1 002

Mahasiswa Ybs,

Ardi Imam Saputra
NPM. 13102334

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. KH. Dewantara 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website:www.metro.univ.ac.id. e-mail iain@metrouniv. ac.id.

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ardi Imam Saputra
NPM : 13102334

Jurusan/Prody : Ekonomi dan Bisnis Islam (ESY)
Semester / TA : XI / 2018/2019

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal Yang Dibicarakan/Bimbingan Yang Diberikan	Tanda Tangan
	4/, -2019	✓	BAB IV s/d V. - Sejarah BPRS Metro - Madani harus terurai - sedemikian rupa - Contoh Struktur organisasi PT BPRS Metro Madani - Contoh produk BPRS - Metro Madani - Analisis strategi harus - menyertakan tabel indikator keuangan yang ada, tabel indikator nasabah - Pada bab ini tidak ada - pengutipan buku, spt .. Administrasi Kredit, Amrullah Ali	

Dosen Pembimbing I

Drs. H. Musnad Rozin, MH
NIP. 19520507 198603 1 002

Mahasiswa Ybs,

Ardi Imam Saputra
NPM. 13102334

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.syariah.metrouniv.ac.id; *e-mail*: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Ardi Imam Saputra** Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
NPM : 13102334 Semester / TA : X/ 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	3/7 -2018	✓	Acc Perbaikan - bab I s/d III. Konsultasi artikel - bab berikut nya, dan submitkan ke ejournal	3-7-2018

Dosen Pembimbing I

Drs. H. Musnad Rozin, MH
NIP. 19540507 198603 1 002

Mahasiswa Ybs,

Ardi Imam Saputra
NPM. 13102334

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.syariah.metrouniv.ac.id; *e-mail*: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Ardi Imam Saputra** Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
NPM : 13102334 Semester / TA : X/ 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	8/6 - 2018	✓	BAB I. Dalam Cover RBM ini, harus termuat: 1. Ada keterkaitan antara dalam judul 2. Ada teori meski sedikit seem singkat 3. Ada lesenjangan - Pertanyaan penelitian harus sibang sama untuk penelitian ke-lam, dimpang - menyebabkan kesmum	8 - 6 - 2018

Dosen Pembimbing I

Drs. H. Musnad Rozin, MH
NIP. 19540507 198603 1 002

Mahasiswa Ybs,

Ardi Imam Saputra
NPM. 13102334

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.syariah.metrouniv.ac.id; *e-mail*: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Ardi Imam Saputra** Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
NPM : 13102334 Semester / TA : X/ 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	8/6-2018	✓	Ini juga perbedaan untuk masing-masing penelitian relevan. Bab II - Yang ditelitiberbeda strategi pemasaran tapi strategi bauran pemasaran. - Analisis strategi itu apa? ini masuk dalam bauran teori. Perbaiki	8/6-2018

Dosen Pembimbing I

Drs. H. Musnad Rozin, MH
NIP. 19540507 198603 1 002

Mahasiswa Ybs,

Ardi Imam Saputra
NPM. 13102334

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. KH. Dewantara 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website:www.metro.univ.ac.id. e-mail iain@metrouniv. ac.id.

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama :Ardi Imam Saputra
NPM : 13102334

Jurusan/Prody : Ekonomi dan Bisnis Islam (ESY)
Semester / TA : XI / 2018/2019

No	Hari Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal Yang Dibicarakan/Bimbingan Yang Diberikan	Tanda Tangan
1	Kamis 3 Jan 19.	✓	Acc BAB IV & V Lanjutkan ke pembimbing I.	

Dosen Pembimbing II

Hermanita, MM
NIP. 19730220 199903 2 001

Mahasiswa Ybs,

Ardi Imam Saputra
NPM. 13102334

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Ardi Imam Saputra** Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
NPM : 13102334 Semester / TA : X/ 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Senin 13 NOV 17		- Sistematika penyajian. Perbaikan pd struktur organisasi, & instruksi sebuah dan data di lapangan. - Perbaikan penulisan. Hasil wawancara. Jangan ada. Penjelasan yg berulang.	

Dosen Pembimbing II

Hermanita, MM
NIP. 19730220 199903 2 001

Mahasiswa Ybs,

Ardi Imam Saputra
NPM. 13102334

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.syariah.metrouniv.ac.id; *e-mail*: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Ardi Imam Saputra** Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
NPM : 13102334 Semester / TA : X/ 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
2.	SENIN 19 NOV 17		~~Perbaiki analisis Strategi.~~ - Perbaiki Pada 121 hasil wawancara, bukan bagus. Menyajikan penjelasan tapi menyajikan Strategi dari Top. yg. di lakukan oleh Bank.	

Dosen Pembimbing II

Hermanita, MM
NIP. 19730220 199903 2 001

Mahasiswa Ybs,

Ardi Imam Saputra
NPM. 13102334

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Ardi Imam Saputra** Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
NPM : 13102334 Semester / TA : X/ 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	30 mei 18	✓	ACC. BAB I s/d III ~~[illegible]~~. Skripsi lanjutkan ke pembimbing I.	

Dosen Pembimbing II

Hermanita, MM
NIP. 19730220 199903 2 001

Mahasiswa Ybs,

Ardi Imam Saputra
NPM. 13102334

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.syariah.metrouniv.ac.id; *e-mail*: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Ardi Imam Saputra** Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
NPM : 13102334 Semester / TA : X/ 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Rabu. 9 mei 18	✓	- Perbaiki pasal 1 pd LBM. Cb. menurutkan alasan penelitian. / Peneliti memilih Judul ini. - Perbaiki tanj penelitian. - Jlsn pstn. tambah sumber data primer	

Dosen Pembimbing II

Hermanita, MM
NIP. 19730220 199903 2 001

Mahasiswa Ybs,

Ardi Imam Saputra
NPM. 13102334

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
*Website:*www.metrouniv.ac.id; *email:* lainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor :B-156a/In.28/FEBI/PP.00.9/05/2017 03 Mei 2017
Lampiran :-
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:
1. Drs. H. Musnad Rozin, MH
2. Hermanita, MM

di – Metro

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Ardi Imam Saputra
NPM : 13102334
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Judul : Application Public Relation Strategy Pada Bprs Metro Madani Kota Metro

Dengan ketentuan :
1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
   a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
   b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
   a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
   b. Isi ± 3/6 bagian.
   c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dekan,

Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum.
NIP. 197209232000032002

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 1568/In.28/D.1/TL.00/07/2018
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Direktur BPRS Metro Madani Kota Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1567/In.28/D.1/TL.01/07/2018, tanggal 09 Juli 2018 atas nama saudara:

Nama	: **ARDI IMAM SAPUTRA**
NPM	: 13102334
Semester	: 10 (Sepuluh)
Jurusan	: Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BPRS Metro Madani Kota Metro, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BPRS METRO MADANI DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 09 Juli 2018
Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 002

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 1567/In.28/D.1/TL.01/07/2018

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama	:	**ARDI IMAM SAPUTRA**
NPM	:	13102334
Semester	:	10 (Sepuluh)
Jurusan	:	Ekonomi Syari'ah

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Kota M, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BPRS METRO MADANI DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM".
2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 09 Juli 2018

Mengetahui,
Pejabat Setempat

PT. BPR SYARIAH METRO MADANI KP. METRO

Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh, MA
NIP 19650111 199303 1 001

BANK SYARIAH
METRO MADANI
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Metro, *12 Dzulqaidah 1439 H*
25 Juli 2018

Nomor : 608/02/Dir-MM/VII/2018
Lamp. : -

Kepada Yth,
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo
Metro Timur Kota Metro

Perihal : **Konfirmasi Izin Research**

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Teriring salam dan doa, semoga Saudara berserta jajaran dalam menjalankan aktivitas sehari-hari senantiasa dalam lindungan dan bimbingan ALLAH SWT. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, sahabat, keluarga serta ummatnya.

Memperhatikan surat saudara dengan nomor : 1568/In.28/D.1/TL.00/07/2018 tanggal 09 Juli 2018 perihal "*Izin Research*" dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi dengan judul "*Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada BPRS Metro Madani Ditinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam*", pada prinsipnya PT. BPR Syariah Metro Madani tidak berkeberatan dan bersedia memberikan kesempatan untuk dapat melaksanakan research di PT. BPR Syariah Metro Madani kepada mahasiswa sebagai berikut :

No	Nama Mahasiswa	L/P	NPM	Program Studi
1	Ardi Imam Saputra	L	13102334	Ekonomi Syariah

Perlu kami sampaikan selama pelaksanaan research, agar mahasiswa dapat mematuhi tata tertib/peraturan yang berlaku serta dapat menjaga rahasia Perusahaan. Setelah selesai research, ybs agar menyampaikan *copy* laporan 1 (satu) buku kepada PT. BPRS Metro Madani.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PT. BPR Syariah Metro Madani
Kantor Pusat Metro

PT. BPR SYARIAH
METRO MADANI
KP. METRO

Kamino
Direktur

Kantor Pusat : Jl. Diponegoro No. 5 Metro Pusat, Kota Metro - Lampung Telp. : 0725 - 44365 Facs. : 0725 - 49669
e-mail : bprsmetromadani@gmail.com
Layanan Kas : Jl. Soekarno Hatta No. 42 16c Mulyojati, Kota Metro - Lampung (RSU Muhammadiyah Metro)
Kantor Cabang Unit II : Jl. Lintas Timur Unit 2 Banjar Agung, Tulang Bawang Lampung Telp. / Facs : 0726 - 750601
Kantor Cabang Kalirejo : Jl. Jend. Sudirman Pasar Kalirejo, Kalirejo, Lampung Tengah - Lampung Telp. / Facs : 0729 - 370400
Kantor Cabang Tulang Bawang Barat : Jl. Jend Sudirman Daya Murni Kec. Tumijajar, Tulang Bawang Barat - Lampung Telp. / Facs. 0724 - 3200015
Kantor Cabang Jati Mulyo : Jl. Senopati No. 99 Jati Mulyo Kec. Jati Agung, Lampung Selatan - Lampung Telp. : 0721 - 8011920 Facs. : 0721 - 8011918

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BPRS METRO MADANI DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ABSRTAK

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah
B. Pertanyaan Penelitian
C. Tujuandan Manfaat Penelitian
D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi
B. Bauran Pemasaran (marketing mix)
C. BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah)
D. Prinsip-Prinsip dan Tujuan BPRS
E. Ekonomi Islam

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian
B. Sumber Data
C. Tekhnik Pengumpulan Data
D. Tekhnik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi wilayah penelitian
   1. Sejarah Singkat BPRS Metro madani
   2. Visi-Misi BPRS Metro Madani
   3. Struktur Organisasi BPRS Metro Madani
   4. Produk-Produk BPRS Metro Madani
B. Strategi bauran pemasan pada BPRS metro madani kota metro
   1. Strategi Produc *(Produk)*
   2. Strategi Price *(Harga)*
   3. Strategi Place *(Tempat)*
   4. Strategi Promotion *(promosi)*
   5. Strategi People *(Orang Atau Sdm)*
   6. Process *(Proses)*
C. Analisis strategi bauran pemasaran di tinjau dari prinsip ekonomi islam

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan
B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

Metro, Mei 2018
Penulis

Ardi Imam Saputra
NPM.13102334

Mengetahui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs. H. Musnad Rozin, MH	**Hermanita, S.E., MM**
NIP.19650627 200112 1001	NIP. 19730220 1999903 2001

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA PT. BPRS METRO MADANI KOTA METRO DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM

A. Wawancara

a. Wawancara kepada Ibu Rita Mailinda, selaku marketing PT. BPRS Metro Madani Kota Metro:

1. Apa saja produk yang ditawarkan di PT. BPRS Metro Madani Kota Metro?
2. Bagaimana strategi product di PT. BPRS Metro Madani Kota Metro, product apa yang banyak di minati oleh nasabah?
3. Bagaimana strategi promotion PT. BPRS Metro Madani Kota Metro untuk menarik minat calon nasabah?
4. Bagaimana strategi price (Harga) PT. BPRS Metro Madani Kota Metro?

b. Wawancara kepada Bapak Bambang Hardiyanto, selaku A. Officer PT. BPRS Metro Madani Kota Metro:

1. Apa saja strategi bauran pemasaran pada PT. BPRS Metro Madani Kota Metro?
2. Bagaimana strategi plice (Tempat) PT. BPRS Metro Madani Kota Metro?
3. Bagaimana strategi people (Orang/SDM) PT. BPRS Metro Madani Kota Metro?

4. Bagaimana proses di PT. BPRS Metro Madani Kota Metro?

c. **Wawancara kepada Bapak Nasib Santoso deposito, selaku nasabah PT. BPRS Metro Madani Kota Metro:**

1. Bagaimana dengan produk unggulan PT. BPRS Metro Madani saat ini?
2. Bagaimana proses yang telah di berikan PT. BPRS Metro Madani Kota Metro?
3. Bagaimana penerapan bagi hasil yang telah di berikan kepada PT. BPRS Metro Madani Kota Metro?

d. **Wawancara kepada Ibu Dwi Susanti, selaku nasabah PT. BPRS Metro Madani Kota Metro:**

1. Bagaimana atas pelayanan yang di berikan oleh PT. BPRS Metro Madani Kota Metro?
2. Bagaimana dengan proses pengajuan pembiayaa PT. BPRS Metro Madani Kota Metro?
3. Bagaimana dengan produk-produk PT. BPRS Metro Madani Kota Metro saat ini?

B. Dokumentasi

1. Buku profil PT. BPRS Metro Madani Kota Metro.
2. Struktur organisasi PT. BPRS Metro Madani Kota Metro.
3. Data tentang produk usaha dan jasa PT. BPRS Metro Madani Kota Metro.

Metro, mei 2018

Ardi Imam Saputra

NPM. 13102334

Pembimbing I

Drs. H. Musnad Rozin, MH

NIP. 19540507 198603 1 002

Pembimbing II

Hermanita, MM

NIP. 1973220 199903 2 001

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqosyah
Sdr. Ardi Imam Saputra

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka skripsi saudara:

Nama : Ardi Imam Saputra
NPM : 13102334
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
judul : ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BPRS METRO MADANI DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Metro, Januari 2019

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs. Musnad Rozin, MH	**Hermanita, MM.**
NIP. 19540507 198603 1 002	NIP. 19730220 199903 2 001

DOKUMENTASI

Kantor BPRS Metro Madani

Wawancara dengan Bapak Bambang Hardiyanto
selaku kariwan Account Officer

RIWAYAT HIDUP

Peneliti dilahirkan di Kota Metro, Kecamatan Metro Pusat Kabupaten Lampung, pada tanggal 09 Mei 1994 anak pertama dari tiga bersaudara, pasangan Bapak Suyahno dan Ibu Martinem. tahun 2000 Peneliti masuk Sekolah Dasar Negeri 7 Metro Pusat diselesaikan pada tahun 2006. Lalu melanjutkan ke Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama di SMP Negeri 10 Metro Pusat yang diselesaikan pada tahun 2009. Kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas MAN 2 Kota Metro yang diselesaikan pada tahun 2012. Pada tahun 2013 Peneliti melanjutkan pendidikan Strata Satu (S1) di IAIN Institut Agama Islam Negeri Kota Metro sebagai Mahasiswa Syariah dan Ekonomi Islam melalui jalur Seleksi Mandiri (SM) dan menyelesaikan pada jurusan ekonomi syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Metro Lampung.